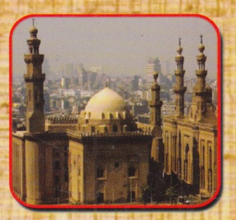
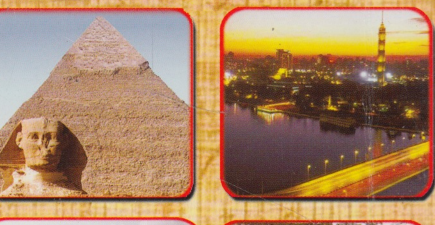
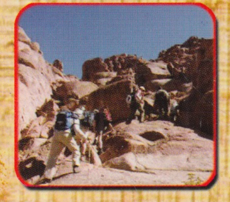
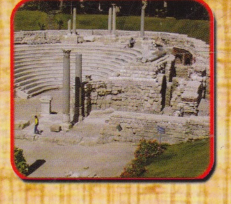
تنشيط السياحة

الأمل المرتجى








أ.د/ عبدالفتاح مصطفى غنيمة

لواء/ حازم أبوشليب

د/ أحمد مصطفى

التنشيط السياحي

الأمل المرتجى

أ.د. عبد الفتاح غنيمة　　　　لواء / حازم أبو شليب

د. أحمد مصطفى

الإهـــــداء

نهدي هذا الكتاب لمن عناهم الإمام الشافعي في ديوانه سواء كان ذلك مـــدحا أو قدحا – وقد اخترنا هذه الأبيات من الديوان لبث الأخلاق والحكمة ناظرين في ذلـــك إلـــى قول الرسول الكريم ﷺ "إن من الشعر لحكمة" .

ونسأل الله ونحن نهدي هذا الكتاب لكل طالب معرفة أن يتقبل الله منا عملنا هذا وان يجعله خالصا لوجهه الكريم وان ينفع به وأن يغفر لنا القارئ ما فيه مـــن ســـهو أو تقصير .

صبراً جمـــيلاً مـــا أقـــرب الفَرَجَـــا ... مَـــنْ راقَـــبَ اللهَ فـــي الأُمُـــورِ نَجـــا

مَـــن صَـــدَقَ اللهَ لَـــمْ يَنَلْـــهُ أذَى ... وَمَـــنْ رَجـــاهُ يَكُـــونُ حَيْـــثُ رَجـــا

يُريـــدُ المـــرءُ أن يُعْطَـــى مُنَـــاهُ ... ويـــــــأبى اللهُ إلا مـــــــا أرادا

يَقُـــولُ المَـــرْءُ: فائِـــدَتِي ومَـــالِي ... وتَقْـــوَى اللهِ أَفْـــضَلُ مـــا اسْـــتَفَادا

إذا أصـــبَحتُ عِنـــدي قُـــوتُ يـــومي ... فَخَـــلِّ الهـــمَّ عنِّـــي يـــا سَـــعِيدُ

ولا تُخْطِـــرْ هُمـــومَ غـــدٍ بِبـــالي ... فـــإنَّ غـــداً لـــهُ رِزقٌ جديـــدُ

أُسَـــلِّمُ إنْ أرادَ اللهُ أمـــــراً ... فـــأتْرُكُ مـــا أُريـــدُ لمـــا يُريـــدُ

ومـــا لإرادتِـــي وَجْـــهٌ إذا مـــا ... أرادَ اللهُ لـــــي مـــــا لا أُريـــــدُ

مَـــن طَلَـــبَ العِلـــمَ لِلمَعـــادِ ... فـــازَ بِفـــضلٍ مـــنَ الرشـــادِ

فَنـــالَ حُـــسْنـاً لِطالِبِيـــهِ ... بِفَـــضلِ نَيْـــلٍ مِـــنَ العِبـــادِ

إذا كُنتَ لا تـــدرِي ولا أنـــتَ بالـــذي ... تُسائِلُ مَن يَدْري فكيـــفَ إذَنْ تَـــدْرِي؟

ولو كُنْتَ تَدْري أوْ تَدَرَّيْتَ لَـــمْ تَكُـــنْ ... تُخالِفُ مِن يدري على عِلْمِ ما يَـــدْرِي

جهِلْـــتَ ولـــم تَعْلَـــم بِأنَّـــكَ جاهِـــلٌ ... فمَنْ لي بِمَنْ يَدْري بِأنَّـــكَ لا تَـــدْرِي؟

العِلْمُ مَغْرَسُ كُلِّ فَخْرٍ فَافْتَخِرْ ... وَاحْذَرْ يَفُوتُكَ فَخْرُ ذَاكَ المَغْرَسِ
وَاعْلَمْ بِأَنَّ الْعِلْمَ لَيْسَ يَنَالُهُ ... مَنْ هَمُّهُ فِي مَطْعَمٍ أَوْ مَلْبَسِ
إِلاَّ أَخُو الْعِلْمِ الَّذِي يُعْنَى بِهِ ... فِي حَالَتَيْهِ عَارِياً أَوْ مُكْتَسِي
فَاجْعَلْ لِنَفْسِكَ مِنْهُ حَظّاً وَافِراً ... وَاهْجُرْ لَهُ طِيبَ الرُّقَادِ وَعَبِّسِ
فَلَعَلَّ يَوْماً إِنْ حَضَرْتَ بِمَجْلِسٍ ... كُنْتَ الرَّئِيسَ وَفَخْرَ ذَاكَ المجْلِسِ

ولا تُعطِيَنَّ الرأيَ مَنْ لا يُرِيدُهُ ... فلا أنتَ مَحْمُودٌ ولا الرأيُ نافِعُهْ

عِلْمِي معي حيثُما يَمَّمتُ يتبعُني ... قلبي وِعاءٌ لَه لا بطنُ صندوقِ
إن كنتُ في البيتِ كان العلمُ فيه مَعي ... أوْ كنتُ في السوقِ كان العلمُ في السُّوقِ

ما حَكَّ جِلْدَكَ مِثْلُ ظفرِكْ ... فَتَوَلَّ أَنْتَ جَمِيعَ أَمْرِكْ
وَإِذَا قَصَدْتَ لِحَاجَةٍ ... فَاقْصِدْ لِمُعْتَرِفٍ بِقَدْرِكْ

تَعَلَّمْ فَلَيْسَ المَرْءُ يُولَدُ عَالِماً ... وَلَيسَ أخو عِلْمٍ كَمَنْ هُوَ جَاهِلُ
وإنَّ كَبِيرَ القَوْمِ لاَ عِلْمَ عِنْدَهُ ... صَغِيرٌ إذا الْتَفَّتْ عليهِ الجَحافِلُ
وإنَّ صغيرَ القَوْمِ إنْ كانَ عَالِماً ... كَبِيرٌ إذَا رُدَّتْ إليهِ المحَافِلُ

قَالُوا: سكَتَّ وَقَدْ خُوصِمْتَ ، قُلْتُ لَهُمْ: ... إنَّ الجَوابَ لِبابِ الشَّرِّ مفتاحُ
والصَّمْتُ عن جاهلٍ أَوْ أَحْمَقٍ شَرَفٌ ... وفيه – أيضاً – لِصَوْنِ العِرْضِ إصلاحُ
أما تَرَى الأُسْدَ تُخْشَى وهْيَ صامِتَةٌ ... والكَلْبُ يُخْسا – لَعَمْري – وهْوَ نَبَّاحُ؟

تَمُوتُ الأُسْدُ في الغاباتِ جُوعاً ... ولَحْمُ الضأنِ تأكُلُه الكِلابُ
وعبدٌ قَدْ يَنامُ على حَرِيرٍ ... وذو نَسَبٍ مَفارِشُهُ التُّرابُ

الدَّهْرُ يَوْمانِ : ذا أَمْنٌ وذا خَطَرُ ... والعَيْشُ عَيْشانِ : ذا صَفْوٌ وذا كَدَرُ
أما تَرَى البَحْرَ تَعْلُو فوقَهُ جِيَفٌ ... وتَسْتَقِرُّ بأقصَى قاعِهِ الدُّرَرُ؟
وفي السماء نُجومٌ لا عِدادَ لَها ... وليس يُكْسَفُ إلا الشمسُ والقَمَرُ

ومنزلةُ السفيهِ من الفقيهِ ... كمنزلةِ الفقيهِ مِنَ السَّفيهِ
فهذا زاهدٌ في عِلْمِ هذا ... وهذا فيهِ أزهدُ منهُ فيهِ
إذا غلبَ الشقاءُ على سفيهٍ ... تنطَّعَ في مُخالفةِ الفقيهِ

أعْرِضْ عَنِ الجَاهِلِ السَّفيهِ ... فَكُلُّ مَا قَالَ فَهْوَ فيهِ
مَا ضَرَّ بَحْرَ الفُرَاتِ يَوماً ... أنْ خَاضَ بَعْضُ الكِلابِ فِيهِ

شكر وتقدير

يسعدني أن أقدم للآنسة / علا صلاح خالص شكري وتقديري للجهد الذي بذلته في نسخ مسودات هذا الكتاب على الكمبيوتر ورغم سوء خطي إلا أن حسن حظي عوضني بكفاءتها في خروج هذا المؤلف في الصورة التي كنت أتمناها .

فشكرا جزيلا مرة أخرى

تصديـــر

مع نهاية عام ٢٠٠٣ حررت مــذكرة عرضــتها علــى الــسيد محــافظ الإسكندرية في هذا الوقت اللواء محمد عبد السلام المحجوب – وقــد جــاء بهــذه المذكرة ما يلي انه من ضمن الاهتمامات الأساسية للهيئة الإقليمية لتنشيط الــسياحة وفقا لاختصاصاتها إصدار الكتب والكتيبــات المطبوعــات والنــشرات الــسياحية والأثرية والخرائط والمدمجات وقد وفقنا الله في أن يكون لها إصــدارات متميــزة تتسم بالمعلومات الصادقة والموثقة والطباعة الفاخرة والإخراج الأنيق – وقد أصبح ما يصدر عن الهيئة مؤدية لدورها التنشيطي علامة بارزة وغطت هذه الإصدارات حاجة السياح القادمين من الخارج وباللغات المختلفة التي وصلت إلى عشرة لغــات كما كان لهذه المطبوعات إسهام كبير في تعظــيم الدعايــة الــسياحية للإســكندرية بالنسبة للسياحة الداخلية خاصة بعد التطوير الذي شهدته المدينة .

ومن ضمن الإصدارات التي أصبحت حجر الزاوية لكل راغب في معرفة تاريخ المدينة وحضارتها ومستقبلها كتاب تاريخ الإسكندرية عبر العصور والــذي قام بتأليفه عشرة من الأساتذة المبدعين من العلماء الأجلاء بجامعــة الإســكندرية – وقد أعادت الهيئة طباعته في شكل جديد متطور يتفق مــع عظمــة هــذه المدينــة وجمالها وقد تم ترجمته إلى اللغتين الانجليزية والفرنسية .

أما روعة الإسكندرية زمانا ومكانا وإنسانا فقد سبق أن تفضلتم بالموافقــة لهيئة على تسجيل هذه الروعة وصدر كتاب فاخر أصبح صورة مشرقة ومــشرفة ونال الإعجاب الشديد من كل من قرأه أو تصفحه وأضحى عنوانا لروعة العطــاء للإنسان السكندري في زمانه ومكانه .

وبالرغم من وجود العشرات بل المئات من الكتب والإصــدارات الــسياحية المختلفة التي تهدف إلى بحث وتعريف السياحة علما وعمــلا ودراســة مــضامينها وفروعها وتخصصاتها وهذه الإصدارات تنسب لعمالقة العلماء والأكاديميين والباحثين في العلم والعمل السياحي – إلا انه وحتى الآن لم يصدر كتاب واحد عــن التــشيط

السياحي فلم يرد في كل هذه المؤلفات المتنوعة إلا سطورا قليلة تتحدث عن عملية التنشيط وهذه الصفحات والسطور القليلة لا تغني من جوع أو تشبع من ظمأ للراغب في الاستزادة من المعلومات لهذا الفرع الهام والمؤثر في عملية التنمية السياحية والذي نراه من وجهة نظرنا قمة العمل السياحي أو هو التاج الذي يكلل جبين النشاط السياحي بالفخر والفخار إن أثمر وأتى أكله – فالهدف النهائي لكل العاملين في هذه الصناعة هو تنشيط الحركة السياحية فكيف لا يكون لعملية التنشيط كتاب أو مرجع أو مؤلف يسترشد به العاملين في هذا القطاع ، ولكي يكون التعامل مع العملية التنشيطية بأسلوب علمي موثق ومستعرضا لكل المقومات السياحية وكيفية استغلالها ومسترشدا بما سبق أن تحقق سواء داخليا أو في الدول السياحية المتقدمة للخروج بالسياحة من حالة الاقتراب من الركود أو السير في فلكها إلى تنشيط وتنمية شاملة واسعة ليس للإسكندرية فقط بل لمصر كلها باعتبار أن نتائج التنشيط السياحي للدولة أصبح من أهم المرتكزات للدخل القومي وخاصة بالعملة الصعبة .

ومن هذا المنطلق فقد رأينا أن من واجبنا أن نضع خبرتنا ونسجل لجيلنا وللأجيال القادمة حصيلة ما تعلمناه وما مارسناه وعملنا به في هذا المجال . وأن يشاركنا في هذا العمل عالمين جليلين هما الأستاذ الدكتور عبد الفتاح غنيمة الأستاذ الجامعي والمحاضر في معظم كليات السياحة والمعاهد العليا والعميد السابق والحاصل على الدكتوراه في التنمية السياحية وعضو المجالس القومية شعبة السياحة واليونسكو ، والسيد الدكتور أحمد مصطفى الخبير السياحي المتميز الذي له خبرته العملية الطويلة في مجال التنشيط السياحي بمصر والإسكندرية فهو رئيس الهيئة الإقليمية الأسبق والمستشار السياحي المصري بكل من فرنسا واسبانيا ودول البنيلوكس لمدة عشرة سنوات والأستاذ غير المتفرغ بكلية السياحة والفنادق والمعاهد العليا .

وأملنا أن تتفضلوا بالموافقة للهيئة على أن تتولى إصدار هذا المؤلف لصالح التنشيط السياحي للإسكندرية بصفة خاصة ولمصر بصفة عامة – وهذا العمل العلمي يدخل في الاختصاص الأصيل للهيئة بموجب لائحتها . مع رجاء العلم بان جهد الإعداد والتأليف هدية متواضعة من أشخاصهم المخلصة لمصر – حبا وعرفانا وشكرا لوطنهم العظيم ولمدينتهم الحبيبة الإسكندرية .

وقد عرضت ما سبق على السيد محافظ الإسكندرية وقد كنا نعتقد انه سيتم الاستجابة لهذه الرغبة فورا إلا أن سيادته أرجأ موافقته لسبب لم نعلمه – ولكن أستاذي الدكتور عبد الفتاح غنيمة الذي كان متحمسا لهذه الفكرة ومشجعا لها لم يترك فرصة للحديث معي إلا ويشجعني على معاودة التفكير في تنفيذ ما رأيته منذ أربعة سنوات – ولأنه حدثت متغيرات وظيفية فقد توارت الفكرة مؤقتا وعزز من دخولها دائرة الضوء الخافت إنني كنت استعين بزملاء لي في العمل في الطباعة على الكمبيوتر الذي لا أجيده لندفع للمطبعة كل ما أنتجناه وكانت الإصدارات تخرج متميزة ومشرفة .

ولأن الفكرة ظلت تلح علي بتشجيع من شركائي في الفكر ولأنه لم يكن يدر في ذهننا أي كسب مادي – وأنه يكفينا فخرا وشرفا أن يصدر هذا المؤلف في صورة تفيد المطلع وتحوز رضاه . وقد عزز بجانب تشجيع زملائي في هذا المؤلف ما سبق وأن قرأته لاستاذنا سيد موسى احد عمالقة العمل التنشيطي على مستوى مصر في مؤلفه كتابات سياحية – الجزء الأول – رجاؤه لهؤلاء الذين ترأسوا لجان تسيير المؤتمرات الكبرى – أن يسجلوا الجهد الذي بذلوه لتكون وثائق لمن يريد الرجوع إليها من الأجيال التالية .

وها نحن نلبي رجاء أستاذنا سيد موسى ونسجل ما لدينا من علم وما مارسناه من عمل وما شاهدناه من طرق للتنشيط لكي يكون تحت بصر ونظر كل من يعمل في هذا المجال وكل مهتم بالسياحة ، ولأن إصدار كتاب هو نتيجة لحصيلة العلم والتعلم مع تراكم المعلومات وتبادل الخبرات وفق منهج علمي سليم مع الاجتهاد في الحصول عليها .

والله الموفق ،،،

لواء

حازم أبو شليب

تقديـــم

إن ما نكتبه في هذا الكتاب عن التنشيط السياحي ليس إلا محطة صـــغيرة نجتازها في أثناء السفر في هذا الطريق الطويل الذي بدأناه منذ أكثر من عقدين من الزمان وينبغي ألا يقف من يأتي بعدنا عند هــذه المحطـــة وعليـــه أن يستـــشرف المستقبل ويركز البصر والبصيرة ليصل إلى المحطة المراد بلوغها ، فكل محطـــة مهما طال الوقوف بها ما هي إلا بداية لطريق طويل يقطعه من يظـــل يهـــتم بهـــذا الموضوع ، وعليه أن يسير فيه وان يسبر غوره وأن يظـــل متابعـــا للمـــستجدات والمتغيرات – كما انه يجب علينا أن نسجل ما بذلناه من جهد لكـــي يكـــون دلـــيلا مرشدا لمن يتبعنا للسير في خطى سبقتها خطوات والاستفادة من التجـــارب للأخـــذ بايجابياتها والبعد عن سلبياتها فعملية التنشيط عملية اجتماعيـــة واعيـــة ويجـــب أن تكون مستمرة ومتجددة ومن خلال نظرة اقتصادية يساهم فيها قطاعـــات المجتمـــع المختلفة سواء كانت أكاديمية أو تنفيذية أو حتى شعبية وأدوات التنـــشيط الـــسياحي متعددة وتتنوع آلياته مثلما تتعدد أبعاد هذه العملية وتتـــسع آفاقهـــا ولكـــن الغايـــات المنشودة والأهداف المبتغاة واحدة وتتكامل وتبسط يدها لكل العناصـــر كالتنميـــة أو التسويق وحتى الدعاية والإعلان فجميعها لها هدف واحد وهي الارتقاء بهذا النشاط وتحقيق اكبر فائدة تعود على المجتمع وعلى الوطن بأكمله .

لقد شق علينا أمر هذا الكتاب لقلة الكتابات الأكاديمية من أساتذتنا في هـــذا الموضوع ولكنه وفي نفس الوقت شاقنا أن نسجل تجاربنا وتجارب الآخـــرين وقـــد اجتهدنا قدر جهدنا وكان رائدنا فيما عكفنا عليه اقتناع راسخ بما ذهب إليـــه شـــمس الدين البابلي حيث يقول : ((لا يؤلف احد كتاب إلا في احد أقسام سبعة ولا يمكـــن التأليف في غيرها :

- إما أن يؤلف في شيء لم يسبق إليه يخترعه .
- أو شيء ناقص يتممه .
- أو شيء مستغلق يشرحه .

- أو طويل يختصره دون أن يخل بشيء في معانيه .
- أو شيء مختلط يرتبه .
- أو شيء أخطأ فيه مصنفه يبينه .
- أو شيء مفرق يجمعه)) .

فإن كنا قد أصبنا شيئا من النجاح والتوفيق فيما عمدنا إليه فهذا فضل من الله ونعمه – أما ما شابه من هنات أو ثغرات فهي مني وحدي وتقع على عاتقي وعذري انه ما من باحث يندب نفسه لدراسة قضية ما ويكف الحديث عنها ذات يوم إلا ردد ما قاله (العماد الأصفهاني) من قبل :

((إني رأيت انه لا يكتب احد كتابا في يومه إلا قال في غده لو غير هذا لكان أحسن ولو زيد هذا لكان يستحسن ولو قدم هذا لكان أفضل ولو ترك هذا لكان اجمل وهذا من أعظم العبر وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر .. فالكمال لله وحده وللمرء جهد المقل إن أخطأ بقي له شرف المحاولة وإن أصاب كفاه اجر المجتهد)) .

ويكفينا أننا نحاول أن نمد المكتبة السياحية بهذا المؤلف وأن نملأ فراغا واجبا علينا ملؤه .. شكرا لله سبحانه وتعالى الذي بنعمته تتم الصالحات وبحول الله وقوته نأمل أن نحقق ما أردناه لصالح السياحة .

والله ولي التوفيق وعليه قصد السبيل ،،،

مقدمـــة

قبل أن نبدأ الحديث عن موضوع هذا الكتاب التنشيط السياحي لابد أن نحيط القارئ علما بنبذة عن السياحة في إطلالة سريعة على نشأة السياحة .

إطلالة سريعة على نشأة السياحة

كان الإنسان ينتقل من مكان إلي مكان سعيا وراء مأكله ومشربه له ولدابته وأغنامه ، فكان ينتقل من المكان القحل إلي المكان الخصب وكان يختار الأماكن المنيعة لسكنه، حتى يأمن هجمات الوحوش – وكان يقطع المسافات الطويلة ليصل إلى موارد المياه للشرب أو لأماكن الصيد –ولم يكن هناك وسائل للسفر والانتقال سوي السير علي الأقدام بكل ما فيه من قسوة ومشاق ومخاطر، فإذا اعترض الإنسان نهرا أو بحيرة أو بحرا لم يكن أمامه سوي جذوع النخيل والأشجار يركبها ويدفعها مع التيار، وكان يحلو للإنسان أحيانا أن ينتقل لاستكشاف الأرض التي تحيط به.

ولم يكن عنصر الوقت يدخل في تقدير المسافر فلم يكن للوقت أي اعتبار أو وزن – وكان المسافر عندما يرتب للرحلة يجب أن يفكر في كل شيء ، في الطعام والملبس والسلاح والدواب ورفقاء الطريق – بل كان يودع أهله حيث كان اللقاء بعد الرحلة شبه مستحيل.

ولم تكن هناك طرق معبدة يخترقها المسافر سيرا علي الأقدام أو علي ظهر دابته ، فكان يخترق السهول والوديان ويعتلي قمم الجبال للوصول إلي غايته – كان الإنسان ينتقل على سجيته لا تحده حدود أو تعوقه قيود وكانت جميع أهدافه فردية ، وليس في حيازته من وسائل السفر سوي قوته الجسمانية أو دابته ، ولم يكن مقيدا بوقت ولم يكن السفر يخضع لأي تنظيم أو دراسة. ولم يفكر أحد في هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع ، وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة ، ولم يظهر لها أي تعريف في هذا العصر سوي أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان تهدف إلي إشباع رغباته واستيفاء

احتياجاته الشخصية.

وكلمة السياحة في اللغة العربية تعني – كما يقول علماء اللغة – انسياب الماء وانطلاقه علي موجب طبيعته ثم توسع في الدلالة فأصبحت تعني الضرب في الأرض والسعي في مناكبها.

قال الله تعالي في سورة العنكبوت **﴿ قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله علي كل شيء قدير﴾** . صدق الله العظيم.

وقال تعالي في سورة الملك **﴿ هو الذي جعل لكم الأرض ذلولا فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه وإليه النشور﴾** صدق الله العظيم.

إن تاريخ البشرية يسجل أن من أوائل المهن التي امتهنها الإنسان كانت حرفتا الصيد والرعي وكلتاهما مما يعتمد في الدرجة الأولي علي الانتقال من مكان إلي آخر – وان التنقل في هذه الحالة كان تأكيدا لسعي الإنسان وراء الرزق الأوفر الذي يتوافر عادة مع المناخ الأنسب.

ويسجل تاريخ البشرية أيضا أن التجمعات البشرية التي نشأت وتجاورت فيما بينها ، لم تلبث أن وجدت حاجة لإقامة علاقات وإجراء مبادلات كانت تحتاج بالضرورة للتنقلات فيما بين هذه التجمعات ، وقد أسفرت هذه العلاقات والمبادلات عن اندماجات واتساع رقعة وعدد سكان كل تجمع ، وتلي هذه الاندماجات اتجاهات وحدوية ، أسفرت في النهاية عن نشوء دول بالمفهوم الذي تستخدم به هذه الكلمة الآن ، ولعل من أول الدول التي نشأت في العالم نتيجة الاندماجات والوحدة كانت مصر، التي وحدها مينا منذ آلاف السنين قبل الميلاد . ويروي لنا تاريخ البشرية العديد من الأسباب أو ما نسميه حاليا بالدوافع وراء الانتقال – فمن البدايات الأولي كان طلب العلم علي سبيل المثال من أبرز دوافع الانتقال وهو ما نراه قائما حتى الآن.

ونجد أن اليونانيين الأقدمين كانوا يفدون للدراسة واكتساب العلم في

المراكز العلمية في مصر، وخاصة مكتبة الإسكندرية- كما كان الرومان يدرسون لدي اليونانيون.

وخلاصة القول أن السياحة – علي نحو ما تعني هذه الكلمة الآن نوعية متخصصة من ممارسة فطرية للإنسان تنفيذا لتكليف إلهي له بالسعي في الأرض التي خلقها الله ليستخلفه فيها، وليتولي مسئولية عمارتها ، وإن هذا التكليف الإلهي بالسعي في الأرض وعمارتها هو المسئول عن تسلسل حلقات حضارتها إلي أن يرث الله الأرض وما عليها.

وكذلك كان الإنسان ينتقل في رحلة الحج ، وهي رحلة نجد جذورها في كل الأديان السماوية – وكانت تستغرق في الماضي وقتا طويلا قد يمتد إلي شهور – وبداهة أنه خلال هذه المدة كان يتوقف في نقاط معينة – أصبحت بمرور الوقت متكررة ، وأصبحت تمثل مراكز تجمع ونقاط توقف اعتيادية رغم انه لا صلة لها بالشعائر الدينية وليست جزءا من الأراضي المقدسة . ولعل هذه المراكز والنقاط هي أول مراكز سياحية يمكن أن نطلق عليها Resort centers يكون التوقف فيها للراحة والترويح واستعادة اللياقة البدنية.

إلا أننا إذا انتقلنا من هذا العهد البعيد والعصر السحيق نجد أن كلمة السياحة بمفهومها الحالي ، بدأت في الإسكندرية ، فقد وضع الإسكندر الأكبر حجر الأساس لمدينة الإسكندرية عام ٣٣١ ق.م ولم يمهله الأجل ليري مدينته التي أتمها من بعده بطليموس الأول، وجعلها عروس البحر المتوسط وزينة الدنيا من حيث المباني ، كما أصبحت قبلة العالم من حيث العلوم والمعارف في عصر بطليموس الأول وفي عصر خلفائه . وقد تميزت الإسكندرية عن سائر بلاد مصر حتى أصبحت تعرف باسم المدينة – وفي عهد الفراعنة كانت مدينة طيبة تعرف باسم " نو" أي المدينة . أما في العصر الإسلامي فإن يثرب وهي مثوى الرسول محمد ﷺ تعرف باسم المدينة المنورة . ولم يحل عام ٢٠٠ ق.م حتى أصبحت الإسكندرية أكبر مدينة في العالم المعروف ولم تفقها روما إلا فيما بعد حيث بلغ عدد سكانها ما يقرب من مليون نسمة.

الفصل الأول

مراحل التطور التاريخي للسياحة

الفصل الأول

مراحل التطور التاريخي للسياحة

مع التطور الدائم لحياة الإنسان واحتياجاته اضطر إلي السعي لإيجاد صلات بين تجمعاته وتجمعات غيره من بني الإنسان سعيا وراء استكمال ما ينقصه وتصريف ما يزيد عن حاجته ونتج عن هذه الاتصالات اكتسابه لمعارف جديدة وتأثر تأثيرا بما حول الإنسان فاكتسب معارف جديدة واكسب غيره معرفه وطور نظم معاشه لتحقق له أكبر قدر من المرونة في تعامله مع غيره وبذلك اتسمت هذه الاتصالات منذ بدايتها ومع تطورها بطابع اقتصادي ثقافي اجتماعي وسياسي .

وفي مسيرة الإنسان الطويلة أدرك الكثير من التطور والترقي ، ونشأت له احتياجات جديدة وأصبحت كماليات أمسه ضروريات يومه ، وبازدياد أعبائه واتساع أفقه وتقدمه العلمي والحضاري وبالتالي اختلاف نظرته لكثير من نواحي الحياة ، بدأ يسعي وراء المتعة والترفيه والراحة ويرغب في مشاهدة الكثير من معالم الدنيا التي يعيش فيها والاحتكاك بغيره من سكانها للتعرف علي ما أنجزوه وما هم به قائمون وكيف يفكرون ويحبون ، ورائده في ذلك الاستمتاع والتثقيف والمعرفة بغض النظر عن الكسب المادي الذي كان رائده أساسا في الماضي.

وبدا الإنسان – إلي جانب هذا وبخلافه – يسعي لتجنب ما كانت تفرضه عليه بيئته قديما دون أن تكون لديه الفرصة أو الإمكانيات لتجنبه ومن ذلك عوامل الجو – علي سبيل المثال – فأصبح الإنسان قادرا علي تجنب البرودة إذا اشتدت أو الحر إذا قسي حتى كان له في وقت من الأوقات مواسم تكاد تكون محددة السفر شتاءا إلي حيث الدفء والسفر صيفا إلي حيث الماء والهواء والمرتفعات.

وبذلك يمكن القول بأن ظاهرة انتقال الإنسان التي بدأت أصلا لتحقيق شئون معاشه اليومية المادية قد تحولت – علي مر الزمن وتطوره – إلي ظاهرة اجتماعية ثقافية وبعد أن كان رائدها تحقيق الكسب والمنفعة أصبح رائدها المتعة النفسية والذهنية والاستفادة الثقافية وباستبعاد عنصر الربح والاستفادة المادية

أصبحت عملية الانتقالات هذه السياحة بمعناها الحديث المتعارف عليه.

علي إنه إذا كانت السياحة قد استغرقت هذه الحقبة الطويلة من تاريخ الإنسان لتتسلخ من عملية الانتقالات وتنفرد بسمات خاصة بها فإنها قد عاشت تطورها الرائع – شأنها في ذلك شأن الكثير من أوجه النشاط البشري الأخرى – بعد الحرب العالمية الثانية التي يمكن القول أن ما أنجزته البشرية في السنوات التي تلتها يكاد يضارع أن لم يكن أكثر كل ما أنجزته قبلها ومنذ بداية التاريخ البشري.

لقد عاش العالم ، وما زال ، بعد الحرب العالمية الثانية سنين عظيمة من التطور العلمي والثقافي والاجتماعي والسياسي انعكست آثاره علي نواحي الحياة وكان لابد بالضرورة أن تنعكس علي السياحة.

وأول ما يتسم به العالم بعد الحرب العالمية الثانية أنه عالم ألغيت فيه المسافات أو كادت تلغي ، فمع التقدم الهائل في وسائل النقل لم يعد السفر من طرف من أطراف الأرض إلي طرف آخر يمثل مشكلة تستدعي التفكير – ولو اليسير – كما لم تعد هناك مناطق يتعذر الوصول إليها وأصبحت وسائل المواصلات تتميز بالوفرة والتنوع والسعة والراحة وبذلك أصبح من الممكن نقل أكبر عدد ممكن من الناس في أقصر وقت ممكن إلي أبعد مكان.

واتسم عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية كذلك بموجة هائلة من الفكر الإنساني في جميع المجالات ، ساعد علي سرعة انتشارها وسهولة نقلها وتبادلها تنوع وسائل هذا النقل والتبادل سواء أكانت هذه الأفكار مكتوبة في الجرائد والمجلات والكتب أو مرئية في الأفلام والإرسال التليفزيوني أو مسموعة في الإذاعات والتسجيلات ، ونتج عن ذلك أن أصبح الإنسان يتعرف علي فكر غيره واتجاهاته وميوله في نفس اللحظة التي تخرج فيها الأفكار إلي الوجود.

وكانت سني ما بعد الحرب العالمية الثانية هي سنوات التطور السياسي والاجتماعي لكثير من البلاد حتى أن خريطة العالم في وقتنا هذا تختلف اختلافا

تاما عن خريطة العالم فيما سبق الحرب العالمية الثانية ، فقد ظهرت نظم سياسية جديدة وتداعت نظم أخري كانت وما زالت – قبل الحرب – في طور التجربة وتداعت نظم قديمة كانت يظن أنها ثابتة لا تتزعزع واستقلت دول أسيا وأفريقيا وتغيرت الأسس القديمة للعلاقات بين الدول فتقلصت سيطرة الدول الكبيرة علي الدول الصغيرة وانحسر الاستعمار وما كان يصحبه من استغلال اقتصادي يعود بالغنم كله للدول المحتلة القوية ويترك أبناء المستعمرات في عيشة تصل بالكاد إلي حد الكفاف – وبهذا بدأت شعوب كثيرة تمارس حقها في الحياة وتسهم مساهمة إيجابية في تقدم الجنس البشري وتفتحت آفاق جديدة وأعيد توزيع الثروات بين الشعوب بعضها والبعض وبين أفراد هذه الشعوب نفسها.

وكان لهذه السمات الثلاث: سهولة الانتقال، وسهولة تبادل الخبرات والثقافات، والتطور الاجتماعي والسياسي والاقتصادي وظهور البلاد الحديثة، أثرها في حركة السياحة الدولية التي نشطت نشاطا فاق كل خيال وأصبحت أعدادها تقاس بالملايين وعائدها يحسب بالبلايين.

ومع هذا التغير الجديد الذي لمس كافة جوانب الحياة تغير مفهوم السياحة من حيث الهدف والأهمية والأثر اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا وسياسيا. فقد اتسع نطاقها كنتيجة لسهولة وسائل الانتقال وتوافرها.ولم يعد الإنسان يقتصر علي ما جاوره من البلدان حرصا علي الجهد والوقت وإنما أصبح يتطلع دائما إلي بلاد جديدة قد تكون – مع البعد – أكثر إغراء ومتعة.

وبتوفر إمكانيات الإطلاع علي النتاج الفكري والفني للدول الأخرى والإحاطة بمعالمها زاد عدد البلاد التي تمثل مناطق جذب للسائحين . وإلي جانب هذين العاملين أتاح تطور الحياة والإنسان النهوض بمستوي المعيشة وارتقائها وبتلك الجوانب الثلاثة : سهولة الانتقال ، وعنصر التشويق والدعاية المباشرة وغير المباشرة ، وتوفر إمكانات السفر ، فسهلت السبيل أمام حركة سياحية دولية لا تعرف حدودا غير السماء.

ومع تضخم الحركة السياحية الدولية تفتحت آفاق جديدة في مجال العمل

علي توفير مقومات معينة ثبت بالتجربة والممارسة ضرورتها للحفاظ علي استمرار المد السياحي الدولي والتجديد الدائم لتيارها ، فسعت الدول إلي تحسين مستوي النقل والإقامة والترفيه والعمل علي كل ما يحتاج إليه السائح .وبذلك انتعشت الاستثمارات في هذه المجالات وزادت نسبة العمالة فيها وترتب علي ذلك أن ظهرت السياحة كعامل هام من عوامل الانتعاش الاقتصادي لكثير من الدول السياحية التي خرجت من غمار الحرب العالمية الثانية وهي شبه مفلسة ، وأمكنها أن تعيد بناءها الاقتصادي معتمدة أساسا علي دخلها من السياحة وحده.

ولن ننسي أن العالم – بكل الفظائع التي مرت به – في الحرب العالمية الثانية – يسعى إلي تحقيق سلام دائم يقوم علي التفاهم بين الشعوب والتعارف المباشر بين مواطني الدول المختلفة بل أصبح هذا التفاهم وذلك التعارف أمرين حتميين بعد التوصل إلي الأسلحة النووية الحديثة شديدة الفتك التي أصبحت تهدد البشرية ذاتها وكل ما أنجزته في تاريخها الطويل ، وبذلك تكتسب السياحة أكثر وأكثر من أي وقت مضي سمعة فريدة باعتبارها سبيلاً للسلام في العالم .

ولعل هذا هو ما دعا الجمعية العامة للأمم المتحدة إلي أن تقرر في نوفمبر سنة ١٩٦٦ بناء علي توصية المجلس الاقتصادي والاجتماعي ، اعتبار عام ١٩٦٧ سنة السياحة الدولية واتخذت لها شعاراً (السياحة سبيل السلام).

ولدراسة مراحل التطور التاريخي للسياحة لا بد أن نعرض لهذه المراحل في تتابع زمني يبدأ من القديم وصولاً إلي الحديث ، وستكون هذه المراحل مقسمة إلي خمسة مراحل :

المرحلة الأولي : وتبدأ بالسفر في الحضارات القديمة .

المرحلة الثانية : السفر في العصور الوسطي .

المرحلة الثالثة : مرحلة عصر الآلة أو عصر سياحة الأغنياء .

المرحلة الرابعة : السياحة في العصر الحديث .

المرحلة الخامسة : السياحة في دول العالم في القرنين ١٩ ، ٢٠ م أو السياحة في العصر المعاصر .

المرحلة الأولي : السفر في الحضارات القديمة :

ارتبطت السياحة بمعني التنقل من بلد إلي بلد أخر لوجود الإنسان وتحركه منذ فجر التاريخ سعياً وراء الغذاء والموطن والبيئة الأفضل ، والتي تتـوافر فيهـا سبل الحياة لكشف مجهول أو لتبادل السلع والمعرفة والتعـايش مـع الجــماعات البشرية الأخرى أو لإقامة علاقات النسب والمصاهرة والبيع والشراء مع الآخـرين ، وكان الإنسان في تحركه مدركاً لملامح البيئة الطبيعية وتباينها زمانـاً ومكانـاً ، وكان يتجه دوماً إلى المناطق الأنسب مناخاً والأكثر دفئاً خلال الشتاء ، أو المعتدلة صيفاً ، ومن هنا عرف الرحلات الموسمية ، لذا يمكن القول أن تحركات الإنـسان وسياحته خلال المراحل الأولي للبدايات البشرية ارتبطت بأهداف إنسانية اجتماعية في المقام الأول ، وبأهداف اقتصادية وسياسية وثقافية فـي المقـام الثـاني وذلـك لتحقيق مصالحه ومنافعه ، ومع التقدم الحضاري تزايدت أعداد البـشر وتعـددت الاحتياجات وسعي الإنسان إلي جانب المنافع المادية إلي تحقيق أهـداف معنويـة تحقق له الراحة النفسية والمتعة الذهنية والمعرفة الثقافية بأحوال الأقـاليم والـبلاد الأخرى ، مما جعل تنقله وسياحته تقترب من المفهوم الحديث للسياحة .

أ – السفر في الحضارات المصرية والفينيقية واليونانية والرومانية :

يعتقد أن المصريين القدامى هم أول من فكر في تعبيد الطرق وإصـلاحها وتحسين خصائصها بهدف رفع كفاءتها في التنقل والحركة كما أنهم أمنوا الطـرق التي تخترق الصحاري وتربط بلادهم ببعض الأقاليم المجاورة من غارات الأعـداء ، ويمكن استقراء نشاط حركة السفر والترحال بين أقـاليم مـصر المختلفـة مـن الرسوم الجدارية بالمعابد لتشكل أحد مظاهر الترويح والسياحة ... ويرجع ذلك إلي تعدد الأعياد والاحتفالات الدينية . حيث كانت البلاد تشهد خلالهـا حركـة انتقـال السكان صوب مراكز عمرانية محددة تقع علي مجري نهـر النيـل ، مثـل عيـد الحصاد وعـيد المشاعل ، وعيد تيخى (السكر) ، وعيد النيـروز (رأس الـسنة القبطية الآن) ، وعيد الربيع (شم النسيم) وعيد آمون ، وعيد تل بسطة ، وعيـد إيزيس ، وعيد حتحور بتل الفراعين ، كما كانت هناك بعض الأقـاليم التـي كـان

يتجه إليها الأمراء والأعيان والعامة بهدف سياحة الصيد للأسماك والطيور والجاموس والحيوانات العاشبة والكاسرة ، والتي كانت أكثر وفرة في المناطق الصحراوية ، ولم يقتصر ذلك علي مصر ، بل نجد الملوك قد قاموا بصيد الأسود من سوريا ، واتجهوا إلي النطاقات المستنقعية لصيد التماسيح والثعابين ، وإلي الهوامش الصحراوية لصيد الغزلان والنعام والأرانب والماعز . ولهذه الرحلات صور كثيرة علي جدران المعابد تدل علي مدي حب المصريين لصيد البراري ، كما أن تعدد الآلهة والمعابد شكلت قبلة لقطاعات عديدة من السكان ... تتجه إليها للتعبد وتقديم القرابين وحضور الطقوس الدينية والجنائزية ، مما يشكل أولي الصور السياحية الدينية . وتمثلت السياحة الخارجية (خارج حدود مصر) في الرحلات البرية والبحرية إلي سوريا ولبنان وأراضي دجلة والفرات (ما بين النهرين) وإلي بلاد النوبة جنوب مصر ... كما شكلت مصر مزاراً وقبلة للسياح من الأقاليم الأجنبية لتقديم الهدايا إلي الفراعين – وتقديم القرابين لآلهة مصر في المعابد الذين امتد نفوذهم الديني إلي خارج الأقاليم ، ونظراً لوجود مراكز ثقافية وعلمية في مصر مثل مراكز أونو ، كان تردد طلبة العلم في الهندسة والفلك والتنجيم .. ويحدثنا التاريخ عن زيارات هيرودوت وطاليس وبروتاجوراس وافلاطون حيث اطلعوا علي البرديات المصرية وتعلموا علي أيدي كبار الكهان المعرفة العلمية في التعدين وصناعة الزجاج ، وغزل الكتان وصناعة التحنيط ، وأساليب البناء والتشييد ، والعلاج بالأعشاب الطبية ، ووسائل طب العظام والجراحة ، حيث شهرة الأطباء المصريين في مجالات العظام والعيون دعت الفراعين إلي إرسال الأطباء إلي ملوك البلاد الأجنبية لعلاجهم من الأمراض ، ولتعضيد أواصر الصداقة والارتباط وجاء في ملحمتي الإلياذة والأوديسة لهوميروس أن الأطباء المصريين سبقوا بقية الشعوب في مجال الطب والعلاج . ولذلك كان تردد المرضي الأجانب لتلقي العلاج في داخل المعابد .. وتوجد الكثير من الصور الجدارية المحفورة علي حوائط المعابد ومقابر النبلاء في البر الغربي بالأقصر تشير إلي مجيء التجار الأجانب من سوريا والنوبة وكريت لزيارة مصر ، وتسويق المنتجات والسلع.

ويعد الفينيقيون من اشهر الشعوب القديمة التي أحبت الترحال بحثاً عن المعرفة والمكاسب المادية ، فقد كان البحر هو المخرج الوحيد لهم للسفر، نظراً لانحصار وطنهم بين ساحل البحر في الغرب والجبال المرتفعة في الشرق ، وكانت سفوح الجبال تزخر بالغابات الخشبية التي تبني منها السفن التي برعوا في صناعتها في صيدا وصور . فاستغلوها في ركوب البحر . وبلغ نشاطهم البحري ذروته خلال الفترة من القرن العاشر إلي منتصف الثامن قبل الميلاد ، فقد وصلوا إلي ايبريا وبلاد الغال (الهند) وشواطئ إنجلترا وبحر ايجه وكريت ومالطة وكورسيكا وشمال أفريقيا ، حيث كانت التجارة بالنسبة لهم لها الأولوية ، وكانت الزراعة واجب العبيد ، ويقال أنهم تولوا تجارة الكهرمان الذي كان يجلبه التجار الأوروبيون من شواطئ البحار ، وكذلك القصدير والذهب وغيره من الهدايا التي كانت تجلب للملك سليمان في القرن ١٠ ق . م وكانت الفينيقيين رحلاتهم مع مصر والبحر الأحمر والمحيط الهندي ، وقد أشار هيرودوت إلي رحلة قام بها الفينيقيون حول أفريقيا في عهد الملك تخاو (٦٠٠ ق . م) من الشرق إلي الغرب وعادوا سالمين عن طريق أعمدة هرقل بعد ثلاث سنوات . ولم تتم رحلات مماثلة حتى أيام فاسكو دي جاما (١٤٦٩ – ١٥٢٤) .

وفي بلاد اليونان كانت تفد إليها الرحلات السياحية الجماعية من البلاد الأوروبية المجاورة إلي منطقة جبال الأوليمب Mount Olympus لمشاهدة الألعاب الأوليمبية التي بدئ في تنظيمها في القرن الثامن قبل الميلاد ، وكانوا ينتقلون بين الجزر باستخدام القوارب ، وعلي اليابس باستخدام البغال والعربات التي تجرها الثيران أو سيراً علي الأقدام ، وكانوا يتوقفون علي طول الطريق في حانات ونزل صغيرة كما كانوا ينتقلون إلي بعض مناطق العيون المائية بهدف الاستشفاء والعلاج ، كانت تقام الاحتفالات الدينية علي المسارح المنتشرة في مختلف مناطق بلاد اليونان ، والتي تدور حول عقيدة ديونيسوس Dionysos إله الحصاد والثمار والكروم والخمر ، وتتخللها مظاهر الابتهال والتضرع ، وتصور الاحتفالات الظواهر المتعاقبة التي تمر بشجر الكروم الذي يبدو فاقداً للحياة في الشتاء ، ثم تعود إليه الحياة في الربيع ، ويعود المرح فتتفتح البراعم ، وتغطيها

نضرة الأوراق ، ومع مجيء الصيف وحرارته تظهر الثمار التي تجمع وتعصر وتمتلئ بها الخوابي والدنان ، وكان المحتفلون يعبرون عن تصوراتهم بأشكال مختلفة من بينها الرقص والغناء والأناشيد والعروض الغنائية والإنشاد الجماعي ، وكان التردد علي المسارح يحقق المتعة والترويح عن النفس ، ونظراً لكثرة الأجانب والمغتربين ، تم بناء فنادق (نزل) لزوار العاصمة أثينا خلال القرن الرابع قبل الميلاد .

كما تعددت رحلات اليونانيون خارج وطنهم ومدنهم إلي جنوب البلقان وجزر بحر إيجه وإلي أوروبا وأفريقيا وأسيا (أقاليم العالم القديم) ، ولعل من أشهر الرحلات التاريخية رحلة أبو التاريخ هيرودوت إلي جزر البحر المتوسط والسواحل الشمالية لأفريقيا حتى طنجة في المغرب وإلي أسيا وحتى إقليم السند .

وتعد فترة الدولة الرومانية أولي فترات الازدهار السياحي في العالم من حيث الحجم والمدى وتعدد الأغراض . ففي الفترات التالية للقرن السادس قبل الميلاد حدث تغيرات هائلة في العالم القديم ، فقد هدمت تقاليد قديمة ، وظهرت روح جديدة من الأخلاق وحب المعرفة ، وانتشرت القراءة والكتابة بين الطبقات الحاكمة والأقليات الثرية ، ولم يعد الحكام حراساً غيورين علي أسرار المعابد والكهنة ، وزاد الترحال والتنقل حيث أصبح النقل أيسر بانتشار الخيول والعربات كما ظهرت العملات المعدنية التي سهلت من حركة التجارة وتبادل وانتقال السلع من مكان إلي أخر .

وعندما تولي فليب المقدوني عرش بلاده عام ٣٥٩ ق . م أخذ يطور مملكته ويوسع رقعتها ويستحدث أساليب القتال ومعداته ، إلي أن استطاع مد بلاده إلي اليونان بعد انتصاره في معركة خيرونيا عام ٣٣٨ ق . م . وبدأ يتأهب لغزو بلاد فارس وامتدت الإمبراطورية حتى الهند ، وتعددت رحلات العسكريين إلي التركستان وسط أسيا وهي رحلات اتسمت بالفضول وحب الاستطلاع وشجاعة القرار .. لأنها كانت منطقة مجهولة ، ويشير عدد كبير من المؤرخين أن الرومان هم أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل بعض أوقات الفراغ بالسفر

والتنقل والترحال من أجل المتعة وقضاء أوقات طيبة كما اهتم التجـار وأصـحاب المهن المختلفة وخاصة العاملين في قطاع التعدين ، إذ اهـتم الرومـان باسـتغلال الموارد المعدنية لصناعة الأسلحة ، السيوف والدروع والخوذ والعجلات الحربيـة والمجانيق والمراكب الحربية ، وشكلت تحركات رجال الدولة والإدارة والبريد فـي المناطق المترامية الأطراف جانباً هاماً من إجمالي حركة السـفر والانتقـال علـي الطرق ، كما أن انتقال الجيوش المحاربة والمرابطة علي حدود الأقـاليم الواسـعة ساهمت هي الأخرى في حركة السفر لتأمين الأهداف الرئيسية .. هـذا بالإضـافة إلي السفر لمشاهدة المباريات الرياضية وخاصـة المـصارعة فـي المهرجانـات السنوية التي اشتهرت بها الكثير من المدن والعواصـم الرومانيـة ولاسـيماً دول إيطاليا واتجهت رحلات الأغنياء من الرومان إلي خارج حدود إيطاليا وذلك لزيارة المعابد والأهرامات التي ذاعت شهرتها وبهرت الزائرين لها ....

وترجع زيادة الرحلات السياحية عند الرومان لأسباب التالية :

١ – ضخامة شبكة الطرق البرية التي غطت أقاليم الإمبراطورية الرومانية والتـي بلغ طولها حوالي ٨٠ ألف كم تقريباً في عهد تاجان وكان يمكـن باسـتخدامها الوصول من اسكتلندا إلي بيت المقدس .

- ومن هنا جاءت عبارة كل الطرق تـؤدي إلـي رومـا All roads leads to Rome ، خاصة وأنها كانت ممتدة ومرصوفة .

٢ – تعدد مراكز الراحة علي الطريق وتوافر عاملي الأمن والسرعة .

٣ – انتعاش الأحوال الاقتصادية ..

٤ – تعدد العطلات ومواسم الأعياد .

ثم انهارت وتدهورت حركة السفر والسياحة في الدولة الرومانيـة خـلال القرن الخامس الميلادي .

وكان استرابو Strapo (٦٤ ق . م – ٢٠ م) مـن الرحالـة الرومـان الممتازين الذين زاروا في رحلاتهم كثيراً من البلدان المأهولة عند بدايـة التـاريخ الميلادي بهدف التعرف عليها ، كما زار ديودور الصقلي من القرن الأول للمـيلاد

كل الأماكن العظيمة الشأن في أوروبا والشرق ولاقي خـلال رحلاتـه المتاعـب والأهوال الجسام ، ونتيجة للرحلات الكثيرة وتجميع المعلومات عن أرجـاء العـالم المتسع للتعرف عليه ، كما أوضحت خريطـة بطليمـوس (١٢٧ – ١٩٧ م) أن الانتقال أصبح ميسراً وتعددت أغراضه عندما بلغت الإمبراطورية الرومانيـة أوج عظمتها في القرن الثاني للميلاد . لذلك نجد الرومان مارسوا السفر بغرض النزهـة والتمتع ، ومن الأمور العادية آنذاك سفر الأفـراد بهـدف التجـارة و الجنديـة أو الإدارة ، ساعدهم علـي ذلك سهولة السفر باستخدام الجياد والعربات علي مراحـل ويمعدل ١٠٠ ميل في اليوم الواحد ... وارتحل الرومان لمشاهدة الآثار في أرجـاء اليونان ومصر خاصة الأهرام وأبو الهول ... وكانت تمثل عجائب الدنيا القديمة .

كما ظهرت في هذه الفتـرة رحـلات الاستـشفاء والعـلاج والتـرويح ، وانتشرت حمامات المياه المعدنية فيما بين جبال الفوج والبـرانس ، وأصـبح مـن المعتاد اتجاه الناس في الصيف إلي الشواطئ للسياحة والتمتع . وفي بداية الصراع علي النفوذ في مصر في العهد البطلمي كانت أبو قير أحدي المنـاطق المـشهورة باللهو لتمتع من يقصدها من أثرياء مصر والحكام والقادة بتناول الأسماك . وكانـت حياة الرومان زاخرة بظروف اللهو والترويح ، وتعددت لديهم المواسـم والأعيـاد والأسواق . وهي مناسبات ... كان يجتمع لها الكثير من الناس من العامة ، وعليـة القوم لمشاهدة الاحتفال والمسرحيات والمسابقات والمباريـات الرياضـية . وبلـغ الرومان درجة كبيرة من الدقة في تنظيم أجازتهم التي بلغت ١٨٢ يوماً في السنة ، حيث كانوا يتجهون إلي الشواطئ والسواحل بالأسر ، إلي أن أصبحت نابولي مكان الترويح المفضل ، وانتشرت فيها القصور والمنازل الضخمة علي طـول الطـرق المؤدية إليها ، وأيضاً الفيلات الصغيرة التي استخدمت كمحطات للراحـة واتـسم قضاء وقت الفراغ بالبذخ وخاصة من الصفوة الممتازة في المجتمـع الرومـاني ، وبعد سقوط روما وتعير عوامل الازدهار .. أدت الظروف إلي اضمحلال السياحة ، وانتقلت السياحة إلي الدولة الإسلامية الناشئة .

ب – السفر في الحضارة العربية الإسلامية :

تفرد الرحالة العرب خلال مرحلة العصور الوسـطي بنـشاط رحلاتهـم العديدة إلي أسيا وأفريقيا ، واتسعت دائرة السفر والترحال بالبر والبحر منذ القـرن الثامن الميلادي ومع فتوحات الدولة الإسلامية إلي الكثير من بلدان العالم – الهنـد وشمال أفريقيا وحتى حدود فرنسا – وإلـي بلاد الصين وكوريا وبلاد الواق واق (اليابان) وبلغت الرحلات العربية إلي سيبريا التي اسماها العرب بلاد الظلمة ، وقد أشار البيروني المتوفى عام ٤٤٠ هـ إلي روافد نهر ينيسي الذي يجري في غرب سيبريا . وكانت بغداد في عهد الخلافة العباسية وقرطبة فـي الأنـدلس مـن أهـم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية . لذلك كانت قصورها وحـدائقها ومدنها من المزارات التي جذبت الأجانب ، كما أن رواجها الاقتصادي واستقرارها السياسي واستتباب الأمن فيها كانت من العوامل التي ساعدت علي رواج الـسياحة ونشاط الرحلات . وشكلت الرغبة في تعلم العلوم والآداب والفنون العربيـة التـي كانت تمثل قمة المعرفة آنذاك قوى جذب طلاب العلم من كل أنحاء أوروبا وأسـيا في حين كانت التجارة وحب الاستطلاع والكشف والمغامرة والبحث عـن المجـد والشهرة من دوافع الرحلات العربية لمدة ستة قرون حتى القرن ١٤ م . مما اثري المعرفة الجغرافية لدي العرب . وشكلت الكتابات الجغرافيـة عـن أقـاليم العـالم وسماته المناخية وموارده الاقتصادية الوثائق التاريخية لبـدايات الـسياحة كعلـم ، وتتبع مراحل تطورها ...

المرحلة الثانية – السفر في العصور الوسطي :

عندما انتقل العالم إلي العصور الوسطي في الفترة من القرن الخامس إلـي القرن الخامس عشر ، بقيت كلمة السياحة بمدلولها الحالي مجهولة لـدي الـشعوب واستمر السفر والانتقال بدائي كما كان في العصور الأولي مع تطـور يـسير ، إلا أن وسائله وأهدافه دخل عليها بعض التطور فعرفت المراكب الشراعية وقام بعض المغامرون والمستكشفون بأسفار طويلة في البحار واشتهرت في هذه الحقبة المـدن البحرية الإيطالية (جنوا وبيزا – والبندقية) ، ومن أشهر هذه الرحلات التي قـام

بها المستكشف الإيطالي " ماركو باولو " في القرن الثالث عشر (١٢٥٤) إلي الشرق الأوسط حيث وصل إلي قلب بلاد الصين بقصد الاتجار عن منغوليا ، وعاد عن طريق سومطرا البرتغالية كذلك رحلة " كريستوفر كولومبس " الذي اكتشف أمريكا في ١٤٩٢ لحساب أسبانيا .

وقد أدت هذه الرحلات خدمات جليلة للعلم عن طريق المعلومات التي قدمها هؤلاء المغامرون عن البلدان التي زاروها ، أما عن أهداف السفر فعندما نزلت الأديان السماوية كان الإنسان يقطع المسافات الشاسعة سيراً علي الأقدام ليحج إلي الأماكن المقدسة تدفعه قوة الإيمان وثبات العقيدة لتجشم المتاعب وركوب الأخطار وبذلك ظهر في الوجود الهدف الديني للسفر .

ومن الأماكن المقدسة التي يحج إليها المسلمون مكة المكرمة والمدينة المنورة ، وكان لمدينة بيت المقدس في نفوس المسيحيين مكانة خاصة إذ يعتقدون أن السيد المسيح قد قدسها بوجوده فيها ، كما أن مدينة القدس كانت تعتبر أيضاً من الأماكن المقدسة عند المسلمين حيث أسري الله برسوله محمد صلي الله عليه وسلم ليلاً من المسجد الحرام إلي المسجد الأقصى ، ولم تكن المسيحية في أول عهدها تلزم أتباعها بالحج إلي الأماكن المقدسة ولم تنص تعاليمها علي ثواب معين لمن يقوم بالحج ، وكان الفرد يؤدي تلك الزيارة من تلقاء نفسه تكفيراً عن ذنوبه وخطاياه ، ولكن بعد أن اعترفت روما بالدين المسيحي في القرن الرابع الميلادي أصبحت الزيارة جزءاً من شعائر الدين المسيحي أما الدين الإسلامي فعلي العكس من ذلك ونص صراحة منذ البداية علي اعتبار الحج إلي مكة المكرمة أحد فروض الدين الخمسة الواجب علي كل مسلم أدائها إذا استطاع إلي ذلك سبيلاً .

المرحلة الثالثة – عصر الآلة أو عصر سياحة الأغنياء :

- (ويسمي عصر سياحة الأغنياء أو عصر سياحة الطبقة الواحدة) :
- يتميز هذا العصر بعنصرين هامين هما :

أولاً : تطور الآلة وتقدم وسائل المواصلات حيث ظهرت البواخر والسيارات

والسكة الحديد والطائرات مما ساعد علي تطور السياحة تطوراً سريعاً وأوجد لها أهدافاً جديدة.

ثانياً : ظهور طبقة الأمراء والحكام ورجال الدين والأغنياء والإقطاعيين وقد كان لإمكانياتهم المادية الواسعة وعدم تقييدهم بمواعيد أو أجازات أكبر الأثر في تطور مفهوم السياحة وأهدافها وأبرز فوائدها وآثارها في التطور الاقتصادي للدول مما أدي إلي تدخل الحكومات لتنظيمها والنهوض بوسائلها ومقوماتها .

وقد تطورت فكرة الحج في هذه المرحلة فقد كانت الزيارة في المرحلة السابقة قاصرة علي الأماكن المقدسة وهي مكة المكرمة أو بيت المقدس تكفيراً عن الذنوب والخطايا بدافع من إيمان حقيقي ثم ظهرت طبقة الباباوات والملوك والأمراء وأفراد الطبقة النبيلة والأغنياء بصفة عامة الذين أخذوا يهتمون إلي جانب القيام بشعائر الدين بتبجيل الرسل والقديسين والتبرك بزيارة القبور والحصول علي الغفران من رجال الكنيسة وينفقون في سبيل ذلك ثروات طائلة إما للتقرب إلي رجال الحكم من الكرادلة أو للزهو والتفاخر ، وكان رجال الدين وكرادلة كنيسة روما في القرن السابع عشر يساعدون علي ذلك بأجهزة الدعاية (البروباجندا) التي نظموها للدعاية للمذهب الكاثوليكي ضد أعدائهم من رجال المذهب البروتستانتي . ولقد كان للتسامح الواضح الذي أبداه العرب الذين كانوا يسيطرون علي الأماكن المقدسة حيال الحجاج المسيحيين أثر كبير في المساعدة علي نشر حركة الحج والزيارة وازدياد وعي الناس للإقدام علي السفر وبذلك فقد تطور السفر بغرض الحج من السفر لزيارة الأماكن المقدسة إلي زيارة قبور الرسل والقديسين ومن هدف ديني بحت إلي العمل إلي التقرب للحكام وللتظاهر وبعد أن كان السفر سيراً علي الأقدام أو علي ظهور الدواب أو بالمراكب الشراعية فقد أصبح في هذه المرحلة أكثر راحة وأمناً بعد اختراع البواخر والقطارات والسيارات .

وقد أثرت الحروب المتعددة التي وقعت في هذا العصر في أوروبا وأمريكا في تطور حركة السفر مما أدي إلي تقدم وسائل المواصلات ، فظهر في هذه المرحلة القطار والباخرة الآلية والسيارات التي ساعدت علي انتشار السفر

خصوصاً بين الطبقة الحاكمة المسيطرة من الملوك والأمراء ورجال المال والاقتصاد والإقطاعيون الذين يملكون من الإمكانيات والوقت ما يساعدهم علي السفر في أي ظروف وبأي وسيلة إلي أي مكان ولأي مدة يريدون .

وقد أدي هذا التطور الكبير في السفر وهذه الإمكانيات إلي ظهور الفنادق الكبرى التي تشبه القصور والتي تصلح لأن ينزل فيها هؤلاء الأثرياء ويجدون بها كل وسائل الراحة بصرف النظر عما ينفقوه في رحلاتهم وإقامتهم من ثروات ضخمة .

ويتميز هذا العصر:..

١ – قلة عدد المسافرون نسبياً .

٢ – كثرة إنفاق الفرد .

٣ – طول مدة الرحلة .

٤ – عدم التقيد برخص الأسعار سواء في وسائل السفر أو الإقامة أو المشتريات .

وكذلك خضعت السياحة في هذه المرحلة لتطور أخر صحب التطور السياحي والاجتماعي في العالم ، فبعد أن كان الإنسان ينتقل وفق هواه لا تحده حدود ولا تقف في وجهه قيود انقسم العالم إلي دول ذات نظم سياسية واقتصادية واجتماعية وتعاليم دينية وتقاليد مختلفة فرضت علي القائمين بالأمر فيها أن يضعوا قيوداً علي السفر لتحد من الهجرة وتنظم إقامة الأجانب وتكسبهم خارج بلادهم وتمنع التهرب ولتحدد أنواع المواطنين وصفاتهم فنشأت في هذه المرحلة جوازات السفر والتأشيرات إلي غير ذلك من القيود التي فرضتها المدينة علي السفر والسياحة .

ومن أهم التطورات التي خضعت لها السياحة في هذه المرحلة شعور الدولة بأهمية السياحة من الوجهة الاقتصادية مما حدا بها إلي التدخل بسلطانها وتشريعاتها لتنظيم زيارة الأجانب وتقديم كافة الإمكانيات لراحتهم وانتقالهم وإقامتهم ومتعتهم للإفادة مادياً من وراء زياراتهم .

المرحلة الرابعة : السياحة في العصر الحديث :

تطورت أهمية السياحة في العصر الحديث فبعد أن كانت الدولة لا تهتم بالسفر ولا تتدخل في تنظيمه أو استغلاله لصالح المجموع أصبحت السياحة في كثير من الدول من دعائم الاقتصاد القومي وغدت مصدراً رئيسياً من مصادر الدخل وعنصراً هاماً من عناصر دعم ميزانية كثير من الدول وأصبح النقد الأجنبي الذي تدره السياحة علي الدولة أهم ما يشغل بال رجال الاقتصاد الذين اعتبروا السائح بمثابة سلعة منتجة تسعي كل الدول للحصول عليها واجتذابها بكافة الوسائل – كما اعتبرت السياحة صناعة مستكملة لجميع مقوماتها – فالصناعة تقوم علي ثلاثة عناصر هامة يجب توافرها وهي :

١ – المادة الخام .
٢ – رأس المال .
٣ – العمل .

وهذه العناصر الثلاثة متوفرة في السياحة الموجودة في مكان أو بلد سواء كانت هذه المقومات طبيعية أو من فعل الإنسان .

العنصر الأول : المادة الخام : فالجو والموقع الجغرافي ووسائل الانتقال والتاريخ القديم وأماكن الصيد والاستشفاء كل هذه تعتبر المادة الخام التي تقوم عليها السياحة والتي تخلق من مكان ما مركزاً سياحياً يقبل عليه الناس ويمكن للدولة الاستفادة منه .

العنصر الثاني : رأس المال : ويعتبر رأس المال عنصراً أخر متوفر في السياحة وهو عنصر ضروري يضاف إلي المادة الخام حتى تستكمل شكلها لجذب السياح وتحقيق الفائدة التي ترجوها الدولة منه ، فما من مشروع سياحي إلا ويحتاج لرأس مال ينفق منه حتى يصبح من مقومات السياحة ومرغباتها وحتى يجذب إليه أنظار السياح – فرأس المال لازم للدعاية السياحية وفي المطبوعات السياحية، وفي إنشاء المراكز السياحية وفي تجميل مناطق

الآثار وفي خلق مناطق سياحية جديدة وشق الطرق وبناء الفنادق والمطاعم والملاهي وفي إقامة الصناعات التذكارية وفي تسيير كافة أسباب الراحة للسائحين والقضاء علي متاعبهم .

العنصر الثالث : العمل : فهو ينصب علي العاملين في قطاع السياحة سواء في أجهزة السياحة الرسمية أو مكاتب السياحة أو شركات النقل والفنادق ، وكل من يشترك بجهده في تحقيق استثمار عنصر رأس المال في السياحة .

المرحلة الخامسة : السياحة في دول العالم في القرنين ١٩ ، ٢٠ م والعصر الحديث :

أسهم الرواج الاقتصادي الذي شهدته أوروبا خلال القرنين ١٩ ، ٢٠ م إلي ظهور الاهتمام بين الشعوب بالجوانب الحضارية ، وواكب ذلك تطور العلوم والفنون والثورة الصناعية والتكنولوجية ، وكانت العطلات السنوية أخر المظاهر الاجتماعية الهامة العصرية في أوروبا وأمريكا ، حيث هجرة ملايين الناس إلي السواحل وإلي الريف كل صيف لقضاء العطلة ، ربما ساعدهم علي ذلك تعدد العطلات وطول العطلة السنوية ، مما أدي إلي ظهور تعبير السياحة Tourism بمعناها المعاصر ، وبالتالي بدئ في استخدام تعبير السياح Tourists للإشارة إلي المجموعات من البشر الذين يقومون برحلة من أجل المتعة والترويح ، ويمكن ذكر أهم سمات السياحة في القرنين ١٩ ، ٢٠ م في النقاط التالية :

١ – تبلور فكرة السفر من أجل المتعة أو الراحة ، سواء داخل الأقاليم وهي السفر لمسافات قصيرة نسبياً وتعرف بالسياحة القصيرة the Short Tour أو السفر لمسافات طويلة The Long Tour وإلي دول أو أقاليم أخرى وتعرف بالسياحة الكبرى The Grand Tour .

٢ – كانت السياحة في بدايتها للأغنياء والموسرين والأعيان لزيارة بيت المقدس ، أو لزيارة الكنائس والقديسين من أجل البركة والمغفرة ، أو إلي عيون المياه المعدنية للاستشفاء من أمراض الروماتيزم وتيبس المفاصل ، وكانت تكلفتها

عالية وتميزت بقلة عدد السائحين وطول فترة الرحلة وكثرة إنفاق الفرد مما جعلها تتميز بالاستقرار، ويشار إليها علي أنها سياحة الطبقة الغنية المتميزة ، وهذا هو البعد الأول للسياحة الحديثة ، وبعد تأسيس الشركات السياحية وظهور أساليب عصرية في التسويق السياحي للجماعات أصبحت التكلفة الحديثة أقل كثيراً .

٣ – بعد الثورة الصناعية في أوروبا وظهور النظم السياسية المتعددة وما تمخض عنها من تغييرات اقتصادية واجتماعية ، وما كانت تتطلبه طبيعة الحياة الصناعية من جهد عضلي وعقلي طوال ساعات العمل المستمرة ، بالإضافة إلي ضغوط تحمل المسئولية وتشعبها ، وما صاحب الحياة الوظيفية من ضغوط نفسية وجسمية كثيرة ... ظهرت الدراسات التي تؤكد أهمية العطلات وتوفيرها . فهي التي تبعد العاملين عن ضغوط الحياة ومسئولياتها ، وأن الترويح والتسلية هما عناصر تجديد النشاط ... واكب ذلك تحسن الأجور وتحديد ساعات العمل وتنظيم الأجازات ، ومن هنا تحقق المزيد من الاتجاهات السياحية في النصف الثاني من القرن ١٩ م .

٤ – يعد اختراع آلة الاحتراق الداخلي عام ١٨٨٥ م ، ومن ثم تطور صناعة السيارات والناقلات والشاحنات ، من العوامل التي أسهمت في تزايد حركة السياحة وتعدد محاورها ، خاصة بعد اهتمام كل دول العالم بإنشاء الطرق الأوتوستراد واتساع شبكاتها فمالك السيارة يكون أكثر رغبة في السفر والانتقال والسياحة خارج موطنه ، ويستعد استعداداً خاصاً للأجازات والعطلات الطويلة ... وانخفضت نسبياً تكاليف السفر والنقل والشحن بعد استخدام القطارات الحديدية التي بدأت عام ١٩٢٥ في إنجلترا بين بلدتي دارلنجتون وستكتن (٦١ ك) ثم انتشرت في كل دول أوروبا ... والولايات المتحدة ، مما أدي إلي مشاركة متوسطي الدخل في الأنشطة السياحية الإقليمية صوب المنتجعات القريبة من المراكز الصناعية .

وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية وإعادة بناء أوروبا بدأت السياحة عصراً

جديداً هو عصر السياحة الجماعية المنظمة ذات التكلفة المقبولة لدي طبقات الشعب المختلفة فدخلت السياحة عصراً ثانياً هو عصر السياحة الاجتماعية ، والتي اتسعت خلال الخمسينات والستينات والتي تميزت أيضاً بدخول دول ومناطق جديدة مجـال المنافسة في اجتذاب السياح . حيث بدت فوائد اقتـصادية واجتماعيـة وحـضارية وإعلامية وسياسية وهذا هو البعد الثاني للسياحة الدولية . كما ظهرت أيضا الفنادق الكبرى التي تتوافر فيها كل وسائل المعيشة والراحة في أوروبا وأمريكـا ... ممـا ساعد معظم الأغنياء والموسرين بالإنفاق علي رحلاتهم .

السياحة في العصر المعاصر :

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين ، وبعـد اسـتقرار الأوضـاع السياسية والاقتصادية وازدياد اهتمام الإنـسان المعاصـر بالجوانـب الاجتماعيـة والنفسية ، في حياة اتسمت بطابع السرعة والتغير الدائم وكثـرة الإنتـاج وازديـاد ضغوط المنافسة والعمل والمسئوليات ، وتطبيق الأسـلوب الآلـي فـي مختلـف قطاعات الإنتاج الرئيسية في ميداني الزراعة والصناعة ، ممـا أدي إلـي ظهـور أمراض العصر السوماتيكية Somatic Diseases وهي الأمراض النفسية المنـشأ ، الجسدية ، المظهر ... وكلها تتصل بالجهاز العصبي والقلب واضطراب الـدورة الدموية وانتشار السرطان ، وهي جوانب حتمت عليه ضرورة الاهتمام والبعد عـن مشاكل الحياة وأمراضها .. وأحدثت في الفكر البشري تغيراً جذرياً في النظرة إلي السياحة مفهومها وأهدافها ، وأصبح من الضروريات في حياة الإنـسان والجماعـة البحث عن وسائل الاستجمام والاسترخاء والمتعة في كل أنحاء العـالم ، وخاصـة الأقاليم الجغرافية التي تتمتع بوسائل الجذب المناخى المعتـدل والـدافئ ، وأشـعة الشمس ، والتنوع الحيوي في الحدائق والغابات والمتنزهـات والمـروج الطبيعيـة والمحميات .. وأصبح أيضاً من الضروريات أن يبحث الإنسان عن مكامن الجمال والهدوء في الطبيعة ، علي قمم الجبال والـسفوح الجليديـة والـسواحل البحريـة والجزر الطبيعية والقرى والمنتجعات الساحلية التي تتميز بتعـدد الأنـشطة بـين الاستجمام والتنزه وممارسة الرياضات (السباحة ، الغطس ، الانزلاق ، التجـديف

، المراكب الشراعية) وهي كلها أمور تسهم بشكل ملحوظ في الحفاظ علي صحة الإنسان وتجديد حيويته وارتقاء نفسه ، إلي جانب إشباعها لرغبة الإنسان في المعرفة الجديدة والرؤية الشاملة .

ونتيجة للتطور الحادث في هذه الظاهرة الاجتماعية الهامة علي مستوي العالم وبلوغها أفاقاً جديدة كما وكيفا أصبحت السياحة محور اهتمام كثير من الدول كقطاع إنتاجي ذي أولوية وتطورت العلوم السياحية بدخول المستحدثات من البحوث العلمية والتكنولوجية إلي مجال التطبيق السياحي سواء علي مستوي الإدارة أو التخليط أو التنظيم أو التسويق السياحي وزاد الاهتمام بتطويرها وتنميتها كقطاع إنتاجي وخدمي في ذات الوقت ، وبدأ الاهتمام بالبيئة وزيادة الوعي ، وبالاهتمام بالمحميات الطبيعية والمتنزهات القومية ، وأصبحت السياحة تعبيراً عن الرغبة في رفع مستوي الصحة النفسية للشعوب وللقضاء علي التلوث وأصبح لها أبعاداً ترويحية وعمرانية وجمالية Esthetic ، ولها مختصين ذوي خبرة ، وذلك بسبب اهتمام الكثير من فروع العلم والمعرفة بها ، وأصبحت السبعينيات والثمانينات عصر سياحة التنوع Diversification وهذا هو البعد الثالث ، وأصبح واجب كل دولة مستقبلة للسائحين أن تحدد إطار نهضتها السياحية في صورة سياسة سياحية عامة ملزمة لكافة أجهزتها الرسمية وتتضمن تحديد الأهداف القومية للتنمية وأساليب تحقيقها .

أنماط السياحة وأشكالها وبواعثها وأغراضها :

عنيت المدرسة الأسبانية – علي ضوء نجاح السياحة الأسطوري فيها خلال بضعة الأعوام الأخيرة – بتقسيم السياحة إلي أنماط مختلفة طبقاً للمنطقة الجغرافية .التي يقبل منها السائح

١ – والمنطقة التي يقصدها هذا السائح أو طبقاً لسمات الحركة السياحية .
٢ – صلتها بمدة إقامة السائح في البلد المستقبلة له .
٣ – أو طبقاً لطبيعة الموسم السياحي وموقعه من فصول السنة المختلفة .
٤ – أو طبقاً للبواعث التي تدفع السائح إلي مغادرة بلده إلي بلد أخرى .

وأخيراً طبقاً للخصائص الاجتماعية – الاقتصادية التي يتميز بها الطلب السياحي، أي إقبال الطبقات الاجتماعية المختلفة علي السياحة وأثر العوامل الاقتصادية في هذا الطلب .

ومن الدراسات المركزة التي عنيت بتصنيف هذه الأنماط الدراسة التي وضعها " جونثاليث ليبيرال " بوزارة السياحة الأسبانية عن المواقع السياحية : تنمية الإمكانيات السياحية للمواقع وأنماطها وتصنيفها ، وتشريعاتها ، وتجهيزها ، واستثماراتها " .

والسياحة في نظر هذه المدرسة الأسبانية – هي في الواقع إنتاج اقتصادي ، لأنها تشبع للإنسان حاجات من المؤكد أنها من الحاجات الإنسانية الرفيعة ولذلك فإن سوقها تتأثر بتقلبات العرض والطلب إلا أنه من المسلم به بداهة أن السياحة – نظراً إلي طبيعتها الخاصة إنتاج مركب ، مزيج من عناصر مختلفة وتبعاً لذلك فإن سمات العرض والطلب الخاصة بهذا الإنتاج يجب هي الأخرى أن تكون مركبة ومزيجاً من عناصر مختلفة .

الأنماط السياحية المختلفة عند المدرسة الأسبانية

١. طبقاً للمنطقة الجغرافية التي يقبل منها السائح والمنطقة التي يقصدها

- السياح قد يسافرون إلي بلد أجنبية أو إلي منطقة في داخل حدود بلدهم ، ولذلك يمكن – في ضوء النظر إلي تدفق السياح داخل حدود بلد ما – التمييز بين :
- سياحة الاستضافة **incoming tourism** : وهي السياحة التي يقبل فيها السياح من بلاد أخري تعد مواطنهم الأصلية وتستقبلهم بلد معينة .
- السياحة الخارجية **out – going tourism** : الخاصة بالسياح الذين يقيمون عادة في بلد معينة ويغادرونها فترة مؤقتة في بلد أخرى .
- السياحة الداخلية **Internal tourism** : في هذه الحالة يسافر موطنو بلد معينة أحياناً لأغراض سياحية إلي أماكن أخرى داخل حدود بلدهم .

٢ – طبقاً لسمات الحركة السياحية وصلتها بمدة إقامة السائح .

➤ أن السائح قد يطلب أما الإقامة في مكانٍ معين لمدة طويلة أو التنقل باستمرار بين أماكن مختلفة وقضاء فترة قصيرة من الوقت في كل مكان منها ، ولذلك طبقاً للكيفية التي يقضي بها السائح وقته ، ويمارس بها سياحته ، يمكن التمييز بين :

➤ سياحة الإقامة residential tourism : وهي خاصة بالسياح الذين يقضون عطلة تزيد مدتها عن شهر يقضونها في مكان واحد معين ، وهذا النمط من السياح يتسمون بسمات واضحة ، هي أنهم عادة ممن اعتزلوا أعمالهم ويتقاضون معاشات عن مدة أعمالهم السابقة ، وهؤلاء السياح يميلون إلي اختيار الأماكن الأكثر هدوء والتي تمتاز بمناخ معتدل ، وهذا النمط من السياحة لا يقع عادة في الوقت الذي يسمي " الموسم الذروة " Peak season أي في الفترة التي يصل فيها الخط البياني للطلب السياحي إلي أقصاه بل يختارون فترة أخرى غير فترة هذا١ " الموسم الكبير " .

➤ السياحة الموسمية seasonal tourism : هي خاصة بالسياح الذين يقضون عطلة لا تتجاوز مدتها شهراً واحداً والذين يبقون في مكان واحد معين .

وفي ضوء هذا التعريف يتضح أن الفرق الوحيد بين السياحة الموسمية وسياحة الإقامة ينحصر في مدة العطلة ، مع ذلك فبالنسبة لنمط السياحة تبدو الفروق أكثر وضوحاً ، فالسياحة الموسمية في منطقة البحر المتوسط هي السياحة التقليدية التي تقع في " الموسم الذروة " وتكون النواة الرئيسية للطلب السياحي السنوي ، كما أن " نوعية " السياح بالنسبة للسن ، ومستوي الموارد المالية ، والأمزجة ... الخ تختلف في كل من النمطين اختلافاً كبيراً ، ومتشعباً .

➤ سياحة التنقل roving tourism : وهي خاصة بالسائح الذي ينتقل – طيلة المدة التي يقضيها – علي التعاقب من مكان إلي آخر دون أن يمكث في كل منها أكثر من خمس ليال ، ومجرد هذا " التنقل " يكشف عن أن الباعث علي السياحة يختلف عن البواعث علي سياحة الإقامة ، أو السياحة الموسمية .

وإذا نحن حللنا " سياحة التنقل " تحليلاً تجريدياً ، أو إذا درسناها من وجهة نظر التوفيق بين العرض والطلب في صناعة السياحة لتبين لنا أن هذا الشكل من أشكال السياحة يناسبه موسم الربيع أو الخريف أكثر من موسمي الصيف والشتاء ، إذا كان الطلب عليها يقع رغم ذلك – في موسم الصيف ، فالسبب في ذلك يعود إلي أن العطلات السنوية إنما تمنح في هذا الفصل من فصول السنة – وبذلك لا يتمكن هواه سياحة التنقل من إشباع رغباتهم في غير هذا الفصل إلي جانب الصعوبات التي لا تزال قائمة في وجه السياحة بين نصفي الكرة الأرضية أو بين القارات المختلفة بصفة عامة .

٣ – طبقاً لطبيعة الموسم السياحي .

إن العوامل التي تؤثر في التدفق السياحي هي العطلات السنوية . فمن المعروف أن هذه العطلات ، أو الأجازات في جميع البلاد تقع تقليدياً في الوقت نفسه أثناء شهور الصيف ، وبذلك تتسبب في خلق ما يسمي سياحياً " الموسم الذروة " ولكن التقدم الاقتصادي للشعوب مع رقي وتحسين طرق المواصلات أصبحا يسمحان بظهور تيارات سياحية أقل أهمية من التيارات التي تتدفق في اشهر الصيف التقليدية ولكن عددها يتزايد تدريجياً في أوقات أخرى من السنة غير أشهر الصيف وبخاصة إلي جانب بواعث سياحية أخرى ذات طابع رياضي تحدد السياحة في مواسم أخرى " كصيد الوحوش والطيور " وصيد الأسماك أو الرياضة الشتوية ، كالتزحلق علي الجليد مثلاً ، وأخيراً فإن العرض السياحي يتحدد وفق بعض المناسبات ذات الطابع الديني ، كالحج إلي مكة والمدينة بالنسبة للمسلمين عامة ، أو زيارة كربلاء والنجف بالعراق بالنسبة لطوائف معينة من المسلمين الشيعة خاصة ، أو الاشتراك في موالد السيد البدوي أو السيدة زينب أو الحسين ، وغيرهم في مصر أو بعض المناسبات ذات الطابع الفني – كالمهرجانات الموسيقية أو السينمائية – أو المعارض الفنية – التي تخلق باعثاً علي السياحة في فترات تتحدد بالمواعيد المقررة لهذه المناسبات ، ولكن هذه المبررات يمكن وضع الفروق الآتية :

- السياحة الشتوية winter tourism : هي السياحة التي تقع بين ديسمبر ومارس ، وهي تشمل نوعين مختلفين كل الاختلاف من أنواع السياحة تبعاً للباعث علي كل منهما : سياحة الثلج ، وسياحة الشمس .

- السياحة الصيفية summer tourism : هي السياحة التي تقع أثناء أشهر الصيف ، والشمس هنا ترتبط بالسباحة والاستحمام في البحر كعامل أساسي ، وهذا النوع من السياحة تزاوله جماعات كبيرة العدد متنوعة المشارب ، ولذلك فإن متوسط " نوعية " السياح فيها أقل مستوي من متوسط نوعية السياح في باقي فصول السنة ، مع ذلك نظراً إلي ضخامة حجم السياح الذين يمارسون السياحة فإن نتائج صناعة السياحة إجمالاً تتوقف بصفة رئيسية علي هذه السياحة الصيفية .

- سياحة المناسبات circumstantial tourism : وهي السياحة التي تقوم علي الاحتفال بأعياد معينة ذات نمط خاص ، ذات طابع ديني ، أو فني أو رياضي أو فلكلوري ومن الواضح أن هذا النوع من السياحة يغلب أن يمارس في نطاق محلي ضيق .

٤ – طبقاً للبواعث

من البديهي أن السياحة إنما تمارس بباعث وطبقاً لهذا الباعث يمكن التمييز بين الأشكال الآتية :

- السياحة الثقافية cultural tourism : وهي ذات طبيعة ذهنية علي الأخص فهي السياحة التي تنشد معرفة أشياء جدد كما تنشد الإطلاع علي تاريخهم وعاداتهم في نفس الإطار الحقيقي الذي يعيشون فيه.

- سياحة الاستجمام tourism for leisure : لا يقصد بالاستجمام هجر كل أنواع النشاط بل تعمد ممارسة أنشطة معينة يختارها السائح تختلف عن الأنشطة التي اعتاد ممارستها في حياته اليومية ، فإن كل سياحة في حد ذاتها وبصفة عامة تعد سياحة استجمام ، ولكن سياحة الاستجمام هي السياحة التي

يلتمس السائح منها الراحة ، سواء عن طريق المكان الذي يوفر له هذه الراحة أو الظروف التي تحقق لجسمه راحته – ولذلك فقد تكون سياحة الاستجمام " سياحة إقامة " أو " سياحة موسمية " من نوع أقل إثارة ، وأكثر هدوء وكان يمكن أن يطلق علي هذا النوع من السياحة " السياحة العلاجية " أو " سياحة النقاهة " ولكن يشترط أن يتجرد هذا التعبير مما يعني العناية الطبية ، فمواسم التردد علي مناطق المياه المعدنية والمعالجة بها ، والتي كانت في الماضي تجتذب الكثيرين من السياح ، والتي لا تزال تتطور في كثير من دول أوروبا ، وفي مصر ، كعيون حلوان المعدنية ، مثل لهذا النمط من السياحة.

- السياحة الرياضية **tourism for sport** : هي السياحة التي يكون الباعث عليها الرغبة في ممارسة أنواع معينة من الرياضة ومن جهة حجم هذه السياحة فإن الرياضة البحرية كسباق الزوارق أو التزحلق علي الماء أو سباقات السباحة وما إليها ، ورياضة التزحلق علي الجليد في مقدمة أنواع الرياضة التي تمثل هذا النمط من السياحة ولو أن صيد الأسماك وصيد الطيور والوحوش رياضة تتقدم باضطراد ويتزايد حجم السياح الذين يسافرون مدفوعين ببواعثها ن وتحقق أرقاماً متضاعفة من الإيرادات السياحية .

٥ – طبقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية للطلب .

- السياحة الممولة ذاتياً **self – financing tourism** : يعتمد السياح علي أموالهم الخاصة في سد حاجاتهم السياحية ، وهذا النمط يضم تقريباً كل سياحة الاستضافة و السياحة الخارجية في مقابلها ومعظم السياحة الداخلية ، وإذا استخدمنا تعبيراً مالياً بحتاً فإن هذا النمط من السياحة – وحده – هو الذي يمكن أن يوصف بأنه " مجز " للاقتصاد الأهلي وللمنشآت السياحية الخاصة علي السواء .

- السياحة الاجتماعية **social tourism** : هي التي يكون الطلب عليها " كامناً " أو " محتملاً " لأنه طلب قطاعات من الناس لا تستطيع مستويات دخولهم أن تجرؤ علي التقدم به ، أو مواجهة نفقاته ، ولكن يمكن تحوله من طلب " كامن "

أو " محتمل " إلي طلب حقيقي بفضل التسهيلات المختلفة الأشكال التي تقـدمها الحكومات أو المنشآت الخاصة .

- وفي ضوء طبيعتها الخاصة يمكن التقرير بأن السياحة الاجتماعية فـي معظـم الأحوال " سياحة داخلية " بصفة عامة ، والمستفيد منها هم مواطنو الدولة التـي تنفذ مشروعات السياحة الاجتماعية الذين يستقبلون مواطنيهم داخل حدود هـذه الدولة ، وأن كانت " السياحة الاجتماعية " قد أصبحت تشمل – إلي حد أقـل – برامج خاصة بالسياحة الخارجية .
- سياحة الشباب **juvenile tourism** : شكل خاص من السياحة يمكن فـصله عن بقية الأنماط للتركيز علي العناية الخاصة التي تعطي لـه بـسبب أهدافـه التربوية والإعلامية.

أنماط السياحة وأشكالها عند المدرسة النمساوية

هذا التقسيم الذي وضعه السياحي الأسباني " ليبيرال " هو الـذي تفـضله المدرسة الأسبانية ، أما المدرسة النمساوية التي يمثلها الأستاذ " بيرنيكير " فتـذهب إلي التفرقة بين " أنماط السياحة " و" أشكال السياحة " .

أنماط السياحة :

فأنماط السياحة هي نتيجة " الأغراض " التي يقصدها الـسائح مـن وراء رحلته ، وهذه " الأغراض " تمثل " العامل المعنوي " ولذلك فهي جزء لا ينفـصل عن البواعث التي تدفع السائح إلي القيام برحلته ، وتنبثق عن طائفة من الرغبـات والمواقف العقلية الإنسانية الشديدة الاختلاف من أنماط السياحة يجـدر تـصنيفها ، وأهمها :

- سياحة الاستجمام : وتشمل مجموع السياح الذين يرغبون التوفيق بين الانتقـال من مواطنهم مع الاسترخاء الجسدي والذهني ، وفي بعـض الأحيـان التمـاس العلاج أو التخفيف من آلام جسدية بالتوجيه إلي بعـض المنـاطق العلاجيـة ، وهؤلاء السياح لا يفكرون بصفة عامة في إطالة مدة رحلتهم ألا فـي حـالات

خاصة عندما يأملون في الحصول علي نتائج مرضية من البقاء في مناطق علاجية بعيدة عن مواطنهم .

- السياحة الثقافية : وتشمل الرحلات التي تحدو إليها الرغبة في أن يري السائح بنفسه أشياء جديدة ، وفي أن يتثقف عن طريق زيارة بلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التي تميز هذه الشعوب عن غيرها ، ولكن السياحة الثقافية قد تشمل أيضاً الرحلات التي تستهدف الاشتراك في المناسبات الفنية كالمهرجانات والرحلات لأسباب ثقافية أو دينية .
- سياحة الاتصالات الاجتماعية : هي سياحة الرحلات التي يقصد منها زيارة الأصدقاء أو المعارف ، ورحلات أشهر العسل التي يقوم الأزواج الجدد بها ، ولكنها تشمل أيضاً الرحلات التي تتم لمجرد تحقيق أغراض اجتماعية مظهرية أو ابتغاء التميز الاجتماعي للسائح في بيئته ، وقد أصبحت هذه الاعتبارات عاملاً هاماً في الوقت الحاضر .
- السياحة الرياضية : الرحلات بقصد صيد الطيور والوحوش أو صيد الأسماك أو مزاولة الرياضات البحرية ، أو تسلق الجبال أو رياضات الشتاء ولكنها تشمل أيضاً الذين يسافرون لمشاهدة المباريات الرياضية الدولية الذين يكونون قطاعاً هاماً من مجموع السياح ، ولذلك فكل دولة تعمل علي تشجيع السياحة يجب أن تدرس الأنماط الرياضية التي تناسب مناطقها السياحية الطبيعية والثقافية وكيف تثير الاهتمام الدولي بمغريات هذه المناطق مع الحرص علي مصادر الأنشطة الرياضية في هذه المناطق أي السماح بصيد الطيور في مناطق معينة بحيث لا يترتب علي هذا السماح أفناء هذه الطيور .
- السياحة الاقتصادية : وهي التي تشمل بصفة خاصة الرحلات بمناسبة المعارض الدولية ، كما تشمل السياحة المهنية التي قد لا تتدرج طبقاً للفكرة العلمية السياحية – تحت نمط من أنماط السياحة بمعني الكلمة ، مع ذلك فلا يجب أن يغيب عن الذهن أن مثل هذه السياحة المهنية أو السياحة بقصد إنجاز الأعمال – تنبثق عنها – أو تترتب عليها حركة سياحية هامة ، فالمناسبات

والمهرجانات الاقتصادية لا تجتذب مشترين فحسب بل أنهـا بـسبب المزايـا وتسهيلات السفر التي تمنح للراغبين في حضورها والبرامج الاجتماعيـة التـي تعد لها تجتذب أيضاً أعداداً كبيرة من المتـشوقين إلـي مـشاهدتها – كمـا أن المنشآت الصناعية الكبيرة كمحطات القوى الكهربائية والمناطق التـي تطبـق فيها تجارب استغلال زراعي أو صناعي رائدة تغري في غالب الأحيان علـي زيارتها .

- السياحة السياسية : الاشتراك في المناسبات أو الأحداث السياسية تتيح – مـا يصاحبها من تسهيلات السفر ومهرجانات واحتفالات – فرصة مغريـة علـي السياحة ، ويقصد بهذا النمط من السياحة تلك التي تتم بقصد الاشتراك في حدث ذي أهمية فذة كتتويج ملكة بريطانيا مثلاً الذي اجتذب الألـوف مـن الزائـرين الأجانب إلي لندن .

وهذا التصنيف للأنماط السياحية إنما قصدت به محاولـة وضـع بعـض قوالب تنظيمية لهذه الأنماط ، ولكن الواقع العلمي ، يتضح منه أن كل نمط من هذه الأنماط لا يمكن فصله أو عزله بطريقة بأنه عن الأنماط الأخـرى بحيـث يمكـن الاستدلال عليه منفرداً ، فالعلاقات والصلات بين هذه الأنماط متداخلة ومتشعبة .

أشكال السياحة تبعا لأسبابها وآثارها الخارجية :

إذا كان تصنيف أنماط السياحة قد روعيت فيه الأغراض التـي يقـصدها السائح وهي التي تمثل العامل المعنوي الداخلي لدي السائح الذي يوجهه فإن أشكال السياحة تجب التفرقة بينها تبعاً لأسبابها وآثارها الخارجيـة ، وهنـا لا يعنينـا ألا السمات التي تبرز التفرقة في ضوء ما تجري عليه السياحة الحديثـة غالبـاً فهـذه التفرقة تبدو في وجهات النظر الآتية:

- **طبقاً لموطن السائح** : تقتضي التفرقة اللغوية بين السياحة الأهليـة والـسياحة الخارجية تبعاً لتنقلات السياح داخل حدود بلادهم أو قدوم مواطنين أجانب إلـي هذه البلاد .

- **طبقاً لآثار السياحة علي ميزان المدفوعات** : فقدوم الزوار الأجانب يسهم في تنشيط ميزان المدفوعات في البلد التي تستضيفهم بما أنهم يدخلون في هذه البلد عملات أجنبية ، وخروج مواطني هذه البلد لزيارة بلد أجنبية يحدث أثراً عكسياً علي ميزان المدفوعات ، وبذلك يمكن القول في الحالة الأولي أن السياحة إيجابية ، وفي الحالة الثانية بأن السياحة سلبية .

- **طبقاً لمدة الإقامة** : ومن هذه المدة يتبين الفرق بين السياحة طويلة الأجل والسياحة قصيرة الأجل، فالسياح الذين يسافرون في جماعات بناء على برنامج ضخم يقضون بصفة عامة مدة قصيرة في كل مكان يتوقفون فيه من الأماكن العديدة التي يزرونها ، بينما الإقامة في الخارج للدراسة أو العلاج أو للاستجمام تقتضي مدة طويلة .

- **طبقاً لعدد السياح** : فهناك سياحة الأفراد ، وسياحة الجماعات أو السياحة الفردية أو السياحة الجماعية .

- **طبقاً لطبيعة وسائل المواصلات** : سياحة بالسكك الحديدية – سياحة بالباخرة – سياحة بطريق البر – سياحة بالسيارة .

- **طبقاً لمدي الانفتاح الإداري** : تترتب علي مدي هذا الانفتاح التفرقة بين السياحة الموجهة والسياحة الحرة في ضوء اللوائح والقواعد التي تضعها سلطات البلد المضيفة والتي تحد من حرية السياح في التنقل أو إطلاق الحرية لهم في هذا التنقل .

الفصل الثاني

التنشيط السياحي

الفصل الثاني

التنشيط السياحي

أسباب بحث ودراسة تنشيط السياحة

الآن وقد مر خمسون عاما على صدور المرسوم بقانون رقم ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ نرى انه لابد وان يوضع التنشيط السياحي في قالب علمي يدرس في كليات السياحة والمعاهد السياحية العليا والمتوسطة ولابد أيضا أن يدلي أساتذة علوم السياحة بدلوهم وان تكون لهم نظريات وأبحاث وأفكار فالواقع أن أي فرع من فروع المعرفة يكتسب الصبغة العلمية لا بما نريده له ولا بما يوضع في نهاية الاصطلاح المعبر عنه وإنما هو يكتسب هذه الصبغة بعلميه المنهج الذي يستخدم في استخلاص المعرفة المتعلقة بالظواهر محل الاهتمام ودراسة هذا الموضوع وبحث التنشيط السياحي لا يعني فقط دراسة ما يرد بهذا الكتاب – فهذا الكتاب تسجيلي وتوضيحي ، بل من الهام أن يتوجه المتخصصون للقراءة العلمية والاطلاع والقيام بعمل أبحاث ويجب الرجوع إلى كافة المراجع العلمية العربية والأجنبية – وهنا نحن نرغب بصدور هذا الكتاب ألا يكون للاستيعاب البسيط بل يجب أن يتعداه إلى الاستيعاب الناقد – الناقد للمنهج وللأفكار لتصل في النهاية إلى منهج وأفكار في صالح العملية التنشيطية وبالتالي في صالح السياحة بصفة عامة .

وعلى ذلك فإننا حين ننادي بان يكون التنشيط السياحي علم يدرس وتجرى فيه أبحاث فعلينا أن نرجع أولا إلى فلسفة العلم واستخداما للاصطلاح بمعنى عام يقصد بالعلم هنا مجموع المعرفة الإنسانية المنظمة المتعلقة بالطبيعة وبالمجتمع وبالفكر والمستخلصة عن طريق اكتشاف القوانين الموضوعية التي تحكم الظواهر الحسية وذلك استخداما لمناهج البحث العلمي وهي معرفة تقصد إلى تفسير هذه الظواهر تفسيرا علميا .

وعلى ذلك فالحديث عن علم يتعين أن يكون لدينا جسم من المعرفة العلمية لكي تكون المعرفة علمية تفرقة لها عن المعرفة العادية التي تكتسب من خلال تجربة الحياة اليومية ويتعين أن يتوافر لها ثلاثة شروط : شرط أول : خاص

بالهدف من نشاط البحث ، **وشرط ثان** : يتعلق بالسبيل الذي يتبع في نشاط البحث ، **وشرط ثالث** : يخص النتيجة التي ينتهي إليها نشاط البحث .

نعتقد أن أسباب دراسة هذا الموضوع والبحث العلمي في أساليب ومفاهيم وطرق وأدوات العملية التنشيطية للقطاع السياحي أو للنشاط السياحي أن نوجد علم جديد له موضوعه ومنهجه وقواعده وان نضع تجارب السابقين بل والحاليين موضع التحليل والفحص العلمي لنرسي للقادمين أساليب يقومون من خلالها بتطوير وتعظيم هذه التجارب وتنفيذ ما يتعين لهم تنفيذه على أسس موضوعة ودراسات مسبقة .

ونأمل أن يكون هذا الفرع الذي لم يتعرض له احد بالدراسة المستفيضة علما مستقلا بذاته ذي موضوع ومنهج خاص ، علم يؤدي تطبيق قواعده إلى تعزيز فائدته للمجتمع وأن يستنبط هذا العلم من نشأته الحديثة نسبيا قواعد جديدة ولا يكتفي بما حدث أو بما هو حادث في العملية التنشيطية إنما يقوم من يتولى البحث في هذا الفرع أو هذا العلم بتقديم أفكار وتصورات ومقترحات قد تكون مفيدة . ومرشدنا إلى هذا الحديث ما بينه ابن خلدون عندما يخبرنا أن الأحوال والعوائد تتبدل وأن الناس لابد من أن يفزعوا إلى عوائد من قبلهم ويأخذون الكثير منها ولا يغفلون عوائد جيلهم مع ذلك – ويعزو ابن خلدون أن حقيقة الرزق والكسب هو نتيجة الأعمال البشرية حيث يقول أن المكاسب إنما في قيم الأعمال فإن كثرت الأعمال كثرت قيمتها ، فالعمل في نظر ابن خلدون هو مصدر القيمة.

ومن هنا واسترشادا بما سبق فلابد أن يتم العمل والعمل يؤدي إلى عمل ومن خلال العمل الأول والى العمل التالي تترسخ قواعد جديدة ومفاهيم سليمة ويكتمل الخط الفكري للأعمال وتتصل حلقاته وملامحه وتكتمل معرفة الأنماط التي يتم تنفيذها أو تعديلها أو حتى إلغائها ، بهذا يتعزز الوعي المنهجي المفروض التسلح به فلابد من وعي بمنهج العمل وإدراك دلالاته وتقييم نتائجه وبحث معوقاته وتعزيز مقوماته وهذا الوعي المنهجي لابد لمن ينهجه أن يعي انه ينشئ علما جديدا يرتكز على الملاحظة وينشغل بالتوصل إلى معرفة منضبطة عن طريق الإحاطة

بكل المظاهر الخاصة والمتعلقة بالموضوع الذي يبحث فيه .

وهذا يقودنا إلى الهدف من الكتابة عن التنشيط السياحي – وهل حقق التنشيط السياحي من خلال الوظائف والمهام والاختصاصات التي وضعت له – وما هي محددات هذا العمل وما هي معوقاته وهل يستحق التنشيط السياحي أن يكون له مرجع يسترشد به أو كتاب يستند عليه في أداء العمل المنوط بمن يقوم بهذا العمل وهل التنشيط السياحي مجرد أداء يومي لموظفين إداريين يعملون في هذا القطاع أم انه عملية خلق وإبداع ؟ وهل هناك نظرية علمية ؟

يعرف أستاذنا الدكتور صلاح عبد الوهاب النظرية العلمية بأنها مجموعة منظمة من المبادئ المتداخلة أو المتصلة ببعضها اتصالا عضويا بحيث تشكل إطارا يضم المعرفة والمعلومات العلمية .

أما المعرفة فإن أستاذنا الدكتور محمد دويدار في مؤلفه مبادئ الاقتصاد السياسي يورد نظرية المعرفة بعد استخلاصها من الفلسفة الأولى عند أرسطوطاليس والفلاسفة الألمان والاسكتلنديين والفكر الانجليزي والفرنسي .

فنظرية المعرفة دراسة للعلاقة بين من يستخلص المعرفة The subject وموضوع المعرفة The object – العلاقة بينهما في عملية استخلاص المعرفة مما يمكننا من التعرف على طبيعة المعرفة الإنسانية وعلى ميكانيزم استخلاصها وعلى أهميتها وحدودها .

وعلى ذلك فإننا حين ننادي بأن يكون التنشيط السياحي علم يدرس ويجري فيه أبحاث فعلينا أن نرجع أولا إلى فلسفة العلم واستخدام الاصطلاح بمعنى عام – فالمقصود بالعلم هنا هو مجموع المعرفة الإنسانية المنظمة المتعلقة بالطبيعة وبالمجتمع وبالفكر والمستخلصة من متابعة الظواهر الحسية ومحاولة وضع واكتشاف القوانين التي تحكم هذه الظواهر الحسية وذلك استخداما لمناهج البحث العلمي وهي معرفة تقصد إلى تفسير هذه الظواهر تفسيرا علميا .

وعلى ذلك فالحديث عن علم يتعين أن يكون لدينا كيان من المعرفة العلمية

وهي تختلف عن المعرفة العادية التي تكتسب من خلال العمل اليومي المتواتر تنفيذا لتعليمات أو أوامر تصدر من رئاسة لهذا العمل أو ذاك . وهذه المعرفة العلمية أو العلم بصفة عامة يجب أن يتوافر له ثلاثة شروط – شرط أول خاص بالهدف من نشاط البحث في هذا العلم وشرط ثان يتعلق بالسبيل الذي يتبع في نشاط البحث والشرط الثالث يخص النتيجة التي ينتهي إليها هذا النشاط أو هذا البحث . وحينما يقول ابن خلدون أن الإنسان يتميز عن باقي الكائنات بالفكر – وهذا الفكر هو الذي يمكن من الوقوف على علاقة السببية في أحوال المجتمع ليس فقط بالنسبة للماضي إنما كذلك بالنسبة للمستقبل ، وهكذا نجد أن ابن خلدون أول مفكر يجعل من المجتمع الإنساني – كما يفعل علماء الاجتماع المعاصرون – موضوع دراسة علمية ويحدثنا الدكتور توفيق الطويل في مؤلفه أسس الفلسفة في مجال تعريف العلم فيقول أن العلم يعني بملاحظة الظواهر الحسية وتصنيفها والكشف عما يقوم بينها من تتابع ودلالات سببية والصعود إلى إصدار أحكام وضعية على هذه الوقائع .

ويجب أن تتميز بالموضوعية ثم النزاهة والتزام الحيدة واستبعاد الذات ، فإذا وصلنا إلى أن التنشيط السياحي يجب أن يكون علما فعلينا أن نوضح ارتباط هذا العلم بالعلوم الأخرى فنبحث عن علاقة التنشيط السياحي وعلم التاريخ ، وعلم الاجتماع وعلم الاقتصاد وعلم الجغرافيا والعلوم السياسية وعلم النفس والقانون لكي يكون هذا النوع من النشاط مؤسس على قواعد علمية موضوعة .

والواقع أن الكتابات الأكاديمية في السياحة بحثت وباستفاضة عن علاقة السياحة بغيرها من العلوم المختلفة وحيث إننا ننادي الآن بدخول التنشيط السياحي المجال العلمي ليكون علما له قواعده ومفاهيمه وركائزه وقوانينه وليسهم مع باقي فروع السياحة كالتسويق والتنمية والفندقة والتشريعات والتخطيط ليسهم مع هذه الفروع في الارتقاء بالسياحة ككل وباعتبار أن التنشيط حلقة هامة من حلقات التنمية السياحية وإذا كانت دراسة العلوم السياحية دراسة واعية لعدد من العلوم الأخرى التي ترتبط بها ارتباطا وثيقا يختلف قربا وبعدا بحسب نوع الدراسة

المطلوبة ولذلك فقد اتفق علماء السياحة على ضرورة الاتجاه في دراسة السياحة اتجاها متعدد الجوانب أو متعدد النظم وبالتالي فإن دراسة السياحة متداخلة مع عدة علوم اجتماعية وغير اجتماعية يجعل هذه الدراسة أمرا ضروريا فعلم السياحة بمضمونه الشامل يضم علوما فرعية كالاقتصاد السياحي والتخطيط السياحي والجغرافيا السياحية والإحصاء السياحي والتسويق السياحي وكل منها مجموعة معارف تأكدت صحتها وثبتت عقليا وتم تطبيقها بطرق علمية وأصبحت مناهج تدرس .

مفهوم التنشيط لغويا

كلمة تنشيط مشتقة من كلمة نشط وفي المعجم الوجيز نشط فلانا جعله ينشط – ونشط إليه وله – نشاط خف له وجَد فيه أنشط فلانا – صيره نشيط – تنشط صار نشيطا للعمل – وتهيأ له وأقبل عليه – المنشط – الكثير النشاط – النشاط الخفة للأمر والجد فيه – ممارسة صادقة لعمل من الأعمال – يقال لفلان نشاط زراعي أو تجاري مثلا .

هذه هي المعاني والمفاهيم لكلمة التنشيط وكلها معاني تشير إلى حالة من الأداء سواء الفكري أو الجسماني في العمل أو هي ممارسة صادقة لعمل من الأعمال – وعلى ذلك فكل هذه المعاني وكل المشتقات من كلمة نشط تثير مشاعر جمة من الحيوية وحسن الأداء للعمل .

أما معنى كلمة Promotion وهي الاشتقاق المقابل للتنشيط في اللغة العربية فهي مشتقة من كلمة Promote ومعناها يرقى أو يعلى منزلته أو مركزه أو يعزز أو يشجع أو ينشئ أو يؤسس وأيضا ترفع أو تعزيز أو تشجيع أو إنشاء أو تأسيس .

وعلى هذا فالمعنى في اللغة العربية أو اللغة الانجليزية فهي معاني خصبة للأداء وتدل على توفر الهمة والارتفاع بالوضع أو إنشاء أو تعزيز أو تأسيس شيء.

إذا فالمعنى اللغوي لكلمة تنشيط سواء في اللغة العربية أو الانجليزية هي حالة مرضية لأداء عمل بصورة جيدة وكلها تشير إلى معاني طيبة ونعتقد أن من اختاروا هذا الاسم ليقترن بالسياحة كانوا محقين وكانوا راغبين في أن تكون للسياحة هذه المفاهيم العظيمة وكانوا يستشعرون أهمية السياحة وأهمية تنشيطها مصر .

والتحليل اللفظي لكلمة التنشيط كما سبق وأوضحناه يؤدي بنا إلى التعرف على مجموع المكونات للعمل التنشيطي والتي تتلخص فيما يلي :

١. الإقبال على العمل .
٢. التهيؤ له .
٣. الخفة والجد للأداء .
٤. الممارسة الصادقة .
٥. الترقي أو التعلية .
٦. التعزيز والتشجيع .
٧. الإنشاء والتأسيس .

هذه هي مكونات العمل التنشيطي لغويا أو لفظيا . وقد يحدث خلط بين اصطلاح النشاط السياحي وبين التنشيط السياحي – وهنا يمكن استعارة ما أشار إليه رواد الاقتصاد والاجتماع المعاصرين حينما حددوا الفرق بين النمو والتنمية – فاصطلاح النمو يشير إلى عملية الزيادة الثابتة أو المستمرة التي تحدث في جانب من جوانب الحياة – فالزيادة الثابتة في النسبة المئوية للمتعلمين إلى مجموع السكان مؤشر من مؤشرات النمو الاجتماعي – . أما التنمية فيحدث في التعليم في مرحلة النمو الاجتماعي السريع وخلال مدة ممتدة من الزمن .

والنمو يحدث في الغالب الأعم عن طريق التطور البطيء والتحرك التدريجي . أما التنمية فتحتاج إلى دفعة قوية ليخرج المجتمع من حالة الركود والتخلف إلى حالة التقدم والنمو .

والظواهر والأشياء حينما تنمو لابد أن تتغير خلال مـدة النمـو غيـر أن القدر المتحصل من التغير عن طريق النمو ليس إلا قدرا ضئيلا وهـو اقـرب مـا يكون إلى التغير الكمي منه إلى التغير الكيفي – أما التغير الذي يـسبق التنميـة أو ينتج عنها فهو تغير كبير يتناول الجوانب البنائية كما يتناول الجوانـب الوظيفيـة – وهو اقرب ما يكون إلى التغير الكيفي منه إلى التغير الكمي . والتغير الكيفي مـن سماته العمق والجذرية والسرعة ومن نتائجه تحول الظواهر والأشياء وانتقالها مـن حالة إلى أخرى .

فالتنمية إذن تحيط بكافة جوانب الحياة على اختلاف صـورها وأشـكالها فتحدث فيها تغييرات كيفية عميقة وشاملة .. كما أن النمو ينظر إليه على انه عملية تلقائية تحدث من غير تدخل من جانب الإنسان أما التنمية فهي تـشير إلـى النمـو المتعمد الذي يتم عن طريق الجهود المنظمة التي يقوم بها الإنسان لتحقيق أهـداف معينة .

ومن هنا نستطيع أن نقول أن النشاط السياحي هو النمو السياحي بمعنى أن هناك أناس يعملون في القطاع السياحي ويمارسون نشاطا معينا وأن هـذا النـشاط يسير سيرا طبيعيا متواترا ويؤدي إلى تغير كمي في العمل السياحي وعلـى سـبيل المثال لو أن هناك فندقا سياحيا يستقبل سياحا بصفة دورية أو معتادة فهـذا نـشاط سياحي عادي يدر دخلا معتادا وبصفة دائمة أما لو أن هذا الفندق استطاع أن يقـيم مجموعة من الحفلات الجاذبة على فترات متقاربة ولو انه استطاع أن يحول جزءا من مبناه إلى صالة لإقامة المؤتمرات أو المناسبات فإن هذا العمل ينـدرج تحـت عنوان التنشيط وليس النشاط الفندقي وبالمثل فإن هناك بعـض القـلاع والأمـاكن الأثرية تستقبل يوميا زوارا من مختلف الأجناس وذلك لمشاهدة هذا المكان الأثـري فهذا نشاط سياحي أما إذا استطاع القائمون على التنشيط الـسياحي اسـتغلال هـذا المكان استغلالا مختلفا عن الاستغلال العادي بإقامة حفلات أو مناسـبات مرتبطـة بتاريخ هذا الموقع والأحداث التي مرت به في عصوره المختلفة فهذا الأمـر يعـد تنشيطا – وهكذا فقد تحول النشاط إلى حالة أخرى يمكن أن يطلق عليهـا تنـشيط

وتغيرت الأساليب الروتينية المتبعة من نشاط إلى تغييرات كيفية وأصبحت تنـشيط – وتغير مفهوم النشاط من عملية تلقائية يومية إلى تنشيط متعمد عن طريق جهـود وأفكار لتحقيق أهداف معينة يطلق عليها الأهداف التنشيطية .

إذا لابد من حدوث دفعة قوية أو سلسلة من الدفعات القوية حتـى يتـسنى بمقتضاها الخروج من حالة الركود المتواترة والمستمرة إلى حالـة مـن التنـشيط الكيفية لحدوث تقدم في وقت أسرع من خلال إستراتيجية ملائمة بمعنـى اختيـار الأسلوب أو المدخل التي يتم اختياره لتحقق من خلاله الأهداف المحددة ومن خلال تعميم الوسائل البديلة التي يمكن من خلالها تحقيق هذه الأهداف باستخدام المـوارد المتاحة لها والظروف المناخية المحيطة – وبمعنى آخـر فـإن أهـداف التنـشيط الانتقال من حالة ما هو قائم إلى حالة ما يجب أن يكون.

وهنا يلزم أن يكون هناك تعاون من مختلف الأجهزة والمنظمـات باتخـاذ قرارات إدارية واقتصادية على أسس رشيدة وموضوعية ولتوضـيح ذلـك بمثـال تطبيقي فإن بالإسكندرية موقعين أثريين سياحيين هامين هما قلعة قايتباي والمـسرح اليوناني الروماني.

أما قلعة قايتباي فهي قلعة مملوكية رائعة تحتل نفس الموقع الـذي كانـت تحتله منارة الإسكندرية القديمة – إحدى عجائب الدنيا السبع في العـالم الإغريقـي القديم وهي عبارة عن بناء رائع من الحجر الجيري الأبيض الذي يقع مباشرة على مياه البحر المتوسط الزرقاء في منظر بديع خلاب . ومنذ إنشائها بمعرفة الاشـرف قايتباي والتي تم الانتهاء من بنائها سنة ١٤٨٠ ظلت من أهـم القـلاع العـسكرية خلال العصر المملوكي والعثماني واهتم بهـا وبتجديـدها سـلاطين وولاة هـذين العصرين كما جددها محمد على باشا في بداية القرن التاسع عشر وبعـد تـدميرها بمدافع الأسطول الانجليزي عند احتلاله للإسكندرية سـنة ١٨٨٢ ، جـددت مـرة أخرى عام ١٩٠٤ وقد تم تجديدها مرة أخرى في حقبـة الثمانينـات مـن القـرن العشرين بمعرفة هيئة الآثار المصرية – وقد ظلت هذه القلعة منذ بنائها أثرا فريـدا وأصبح زيارتها للقادمين للإسكندرية من الخارج أو الداخل أمرا مستمرا ودائما ولم

يزد وضعها عن كونها مزارا اثريا أو سياحيا أو حتى دراسيا للمهتمين بالدراسات التاريخية والأثرية . ولما كان العام ١٩٩٢ وبالتعاون مع هيئة الآثار قامت الهيئة الإقليمية للتنشيط السياحي بالإسكندرية مهرجانا تحت اسم ((مهرجان اسكندريات العالم)) استغلت القلعة في احد أهم أنشطة المهرجان وهو عرض الأزياء التاريخي الذي جرى في حصن القلعة وأنشأ المقاولون العرب مسرحا خشبيا تم فكه بعد انتهاء العرض الذي جرى فوق خشبته وفي ساحة القلعة وهذا العرض آثار إعجاب المشاهدين الأجانب قبل المصريين وقد استغل منظمو المهرجان هذا الموقع التاريخي الأثري السياحي لعمل تنشيط سياحي للإسكندرية بدلا من النشاط الذي كان يتم قبل ذلك . ثم أعيد استغلال المكان في عام ١٩٩٦ في المهرجان الثاني لاسكندريات العالم وقد كانت تجربة فريدة فالمكان يتشابه مع المكان الذي وقعت فيه أحداث ووقائع قصة عطيل لشكسبير ومن الحان فيردي – وقدمت الأوبرا (عطيل) لليلة واحدة . وكان حدثا رائعا مليئا بالحيوية وترك انطباعا رائعا لدى أكثر من أربعة آلاف مشاهد – إلا أن الأوبرا لم تعرض بعد ذلك لأسباب قد يجري بحثها في موقع آخر من هذا المؤلف .

أما المسرح الروماني فهو المسرح الوحيد الذي تم العثور عليه في مصر ويقع في وسط الإسكندرية حيث بدأت الحفريات في هذه المنطقة عام ١٩٦٠ ووجد بها آثار من عصور مختلفة وبقايا حمامات رومانية يعود تاريخها من القرن الثاني إلى القرن السادس الميلادي ، وقد بني هذا المسرح في القرن الثاني الميلادي يتكون من مدرج قطره ٤٢ متر وبه ١٦ درجة من المرمر للجلوس ومنطقة للعرض ومنطقة الاوركسترا .

وقد استغل هذا المسرح في حقبة السبعينات من القرن الماضي في عمل مسرحية تحت اسم الإسكندر الأكبر وتوقف استغلال المسرح في العروض الفنية إلى أن نودي مرة أخرى في أواخر الثمانينات باستغلاله مرة أخرى ولكن لم يتم ذلك إلا مع نهاية التسعينات وأوائل العقد الأول من الألفية الثالثة .

وبعد استعراض ما سبق فإن التنشيط يعد فعلا محفزا للنشاط ، ولكن هل

هناك أنماط معينة للتنشيط السياحي يمكن الأخذ بهـا ، نـستطيع أن نـستعير مـن المدرسة الاسبانية التي حققت نجاحا أسطوريا في تنشيط السياحة إلى اسبانيا أنمـاط للعملية التنشيطية وإن كانت اسبانيا لم تصنع أنماط بعملية التنشيط لكن هذه الأنماط يمكن تطبيقها على العملية التنشيطية والاستفادة منها وان نعتبرها الخـط الفكـري للتنشيط السياحي الذي نعتقد أن كل مقومات نجاحه متوفر في مـصر خاصـة وإذا اعتبرنا أن نقطة الانطلاق للعملية التنشيطية تنبع من الفكر السياحي الراقـي الـذي يعتبر الخلية الأولى لهذا العمل وأن هذا الفكر هو النواة التي يدور في فلكهـا هـذا الكيان .

الميلاد الرسمي للتنشيط السياحي

شهد عام ١٩٥٧ الميلاد الرسمي للتنشيط السياحي أي انه منـذ خمـسون عاما ظهر رسميا وحررت له شهادة ميلاد وسن الخمسون للإنسان الطبيعـي هـي سن النضوج والفكر السديد وحصاد للتجارب السابقة على هذه السن وهـي أيـضا سن قيادة الجماعات بعد قضاء ما يزيد على ربع قرن أو نحوها في تولي وظـائف مؤهلة للترقي للقيادة .

ولا يعتبر الميلاد الرسمي للتنشيط السياحي في العام ١٩٥٧ بداية العمـل التنشيطي في السياحة فالسياحة في مصر أقدم كثيرا وفي مقدمـة كتـاب الأسـتاذة الدكتورة هدى سيد لطيف الأجهزة والمنظمات السياحية ، نذكر أن السياحة مـرت كظاهرة إنسانية وحضارية بالعديد من المراحل التي ساعدت على تطورها واتـساع قاعدتها وتشعب تأثيراتها إلى أن وصلت إلى ما هي عليه اليـوم كنـشاط إنتـاجي وخدمي وتنموي مركب يتصل ويتداخل ويتعامل مع قطاعات كثيرة ويـؤثر تـأثيرا مباشرا في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافيـة والبيئيـة ((وهذه النواحي الذي ذكرتها الدكتورة هدى لطيف سيكون لها فـي هـذا المؤلـف حديث آخر)) .

وتستطرد إلا أنها أي السياحة في مسيرتها الطويلة قد واجهتها كثيـر مـن العقبات والمحددات الدولية والإجراءات الحكومية مثل صـعوبة الحـصول علـى

تأشيرات الدخول والقيود المختلفة على انتقال الأفـراد وقـوانين العملـة ولـوائح الجمارك وغيرها من المشكلات المتنوعة سواء في الدول المـصدرة للـسياحة أو المستقبلة لها الأمر الذي جعل الدول تأمل في إيجاد نوع من التعاون المنظم الـذي يساعدها على تنشيط وتنمية السياحة بما يمكنها من تحقيق مـستوى حيـاة أفـضل لشعوبها من ناحية ووصولا إلى التقارب والتفاهم والاحترام العالمي الـذي يهـدف لسلام ورخاء الإنسانية كلها من ناحية أخرى .

وقد شعرت الدول المختلفة بحاجتها الماسة إلى تنظيم العمل السياحي بهـا وإلى حتمية وجود أجهزة ومنظمات قومية ومحليـة تتـولى مـسئولية النهـوض بالسياحة ووضع القواعد والخطط اللازمة لنموها وحفز جميع الطاقات واسـتغلال كافة الموارد المتاحة لتعظيم العائد منها والاستفادة من مزاياها وجوانبها المتعددة .

وتستطرد الدكتورة هدى لطيف أن من الدول التي حرصت علـى وجـود منظمات وأجهزة حكومية للسياحة فرنسا وايطاليـا وسويـسرا والنمـسا وبلجيكـا والمكسيك وأمريكا ومصر بالإضافة إلى كثير غيرهم إلا أن اختصاصات ووظائف هذه الأجهزة وحجمها وأشكالها القانونية قد اختلفت من دولة لأخرى تبعا لعدد مـن العوامل منها نوع التنظيم الداخلي بكل دولة وهيكلها الحكومي وشـكلها الدسـتوري والقوانين السائدة بها فضلا عن مدى الاهتمام بالسياحة والاقتناع بضرورة إعطائهـا الدفعات اللازمة لتطويرها ونموها باعتبارها قطاعا إنتاجيا له خصائصه ومتطلباتـه واحتياجاته ويعود تاريخ أول تنظيم رسمي للسياحة بمصر إلى عـام ١٩٣٥ حـين صدر قرار مجلس الوزراء بإنشاء مكتب السياحة الحكومي بوزارة المالية .

وفي شهر أكتوبر من العام نفسه صدر قرار آخر بتحويل هذا المكتب إلـى مصلحة السياحة وكان يرأسها وكيل وزارة يعاونه وكيل عـام كمـا كانـت تـضم إدارتين عامتين هما الإدارة العامة للسياحة الخارجيـة والإدارة العامـة للـسياحة الداخلية .

أما إذا انتقلنا إلي السياحة في مصر في العهد الحديث فنجـد أن التـاريخ الرسمي للسياحة في مصر يبدأ من عام ١٩٦٣ وبالرغم من كل المقومات السياحية

والأثرية والطبيعية والمناخية المتوافرة بمصر وبكل تاريخها الضارب فـي عمـق التاريخ ، فإن السياحة لم تأخذ شكلاً رسمياً علي مستوي وزارة إلا في عـام ١٩٦٣ ، قبل ذلك التاريخ كانت أمور السياحة تسيرها مصلحة تتبع وزارة الاقتصاد تسمي مصلحة السياحة ، وأول وزارة للسياحة في مصر كانت عام ١٩٦٣ ، وكـان أول وزير للسياحة هو الدكتور عزيز يس والذي كان يعمل قبل تولية الـوزارة رئيـسا لمجلس إدارة شركة أسمنت حلوان ، وكانت تسمي وزارة السياحة والآثار ، وبعـد سنتين أي عام ١٩٦٥ ضمت مصلحة السياحة التي كانت تابعة لـوزارة الاقتـصاد إلي وزارة السياحة ، وبعد عامين آخرين صدر قرار بضم مـصلحة الآثـار إلـي وزارة الثقافة التي أنشأت لأول مرة عام ١٩٦٧ . وكان رئـيس مـصلحة الآثـار الأستاذ عبد المنعم الصاوي والذي تولي وزارة الثقافة بعد ذلك . ثم تتـابع بعـد السيد الدكتور عزيز يس علي وزارة السياحة الدكتور أحمد السيد درويش والـسيد أمين شاكر ، والدكتور محمود أمين عبد الحافظ والدكتور محمـد حـافظ غـانم والدكتور جمال الناظر والدكتور فؤاد هاشم والدكتور إبراهيم نجيب والدكتور كما رمزي استينو والذي تولي الوزارة مرتين والسيد عادل طاهر والسيد توفيق عبده إسماعيل والسيد أحمد نوح والدكتور وجيه شندي والسيد فؤاد سلطان ثم الدكتور ممدوح البلتاجى ثم المهندس أحمد المغربي ثم السيد زهير جرانة .

ووزارة السياحة تختص أساساً بالرقابة ، فالديوان العام للوزارة يقع الآن في برج مصر للسياحة بميدان العباسية بالقاهرة يتكون من قطاعات تحت رياسة وزيـر السياحة – قطاع الفنادق – وقطاع الشركات – قطاع التخطيط وقطاع مكتب الوزير ، وقطاع الفنادق ويتبعه إدارات مركزية للفنادق والتراخيص والمكاتب الداخلية – أمـا قطاع الشركات فيتبعه إدارة مركزية للشركات ، وإدارة مركزية للمحلات العامة – إما قطاع الرقابة فهو يختص بالرقابة علي الخدمات السياحية بالمحافظات .

هذا عن وزارة السياحة التي أنشأت في مصر لأول مـرة عـام ١٩٦٣ ، وللوزارة مكاتب في محافظات الإسكندرية – بور سعيد – الأقـصر – الغردقـة – أسوان – شمال سيناء – جنوب سيناء – مرسي مطروح – الوادي الجديـد . إلا

أن هناك تنظيماً آخر سبق ذلك وهو إنشاء الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة بالمحافظات السياحية بالقرار الجمهوري ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ وقد نص هذا القرار علي أن تنشأ في كل محافظة سياحية هيئة تسمي **هيئة تنشيط السياحة تكون لها الشخصية الاعتبارية ، وتحدد المحافظات السياحية بقرار من وزير السياحة .**

وتشكل هذه الهيئة برئاسة المحافظ ، وعضوية كل من مدير الأمن بالمحافظة ، أو من يندبه ، ومدير عام مصلحة الجمارك أو من ينيبه ، وستة أعضاء ترشح كل من الهيئات التالية عضواً منهم :

١ – الغرفة التجارية .
٢ – أربعة أعضاء عن الغرف السياحية الأربع ، الشركات السياحية ، والمنشآت الفندقية ، والمحال العامة السياحية ، ومحال بيع العاديات والسلع السياحية .
٣ – اتحاد شركات الطيران .

وتكون مدة عضوية هؤلاء الأعضاء الستة سنتين ، ويتم تعيينهم بقرار من وزير السياحة ، فإذا لم يوجد ممثلون بالمحافظة السياحية لهذه الهيئات ، يستكمل العدد من المعنيين بشئون السياحة في المحافظة بقرار من وزير السياحة بناء علي اقتراح هيئة تنشيط السياحة بالمحافظة .

اختصاصات الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة :

تختص الهيئة بالآتي :

١. دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياحياً وتحسينها واجتذاب السياح إليها وجعل إقامتهم فيها محببة وسهلة .
٢. وضع تقويم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون أداة تنشيط السياحة فيها .
٣. رفع المستوي الفني أو الوعي السياحي العام بالمحافظة .
٤. تنشيط السياحة والدعاية للمحافظة في الداخل والخارج بإقامة المعارض والمهرجانات وغيرها من وسائل الدعاية سواء بالنشرات أو الإذاعات المحلية أو

غير ذلك .

٥. دراسة تحسين أو إنشاء المشاتي والمصايف وعيون المياه المعدنيـــة وغيرهـــا ، مما يساعد علي تنشيط السياحة في المحافظة .

٦. اقتراح فرض رسوم لتنشيط السياحة في المحافظة .

وتكون قرارات الهيئة الإقليمية نافذة ما لم تعترض عليها وزارة السياحة . وتلتزم الوزارات والمصالح الحكومية والمجالس المحلية أن تعطي الهيئة البيانـــات التي تطلبها وتكون متعلقة بالمسائل الداخلية في اختصاصها .

وفي عام ١٩٨١ رؤي إنشاء هيئة عامـــة للتنـــشيط الـــسياحي بجـــوار الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة بالمحافظات ، فصدر القرار الجمهـــوري رقـــم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ بإنشاء الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحي ومقرها القاهرة ، وتهدف إلي رفع معدلات النمو في حركة السياحة الدولية فـــي مـــصر ، وإبـــراز الصورة الحقيقية لماضي مصر الحضاري ونهضتها الحديثة ومقوماتهـــا الـــسياحية المختلفة ، والعمل علي إزالة المعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية وتشجيع السياحة الداخلية ، وزيادة الوعي السياحي وربط المواطنين بتراثهم .

ولا توجد الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة إلا في المحافظـــات الـــسياحية فعلي سبيل المثال معظم محافظات الدلتا كالغربية والمنوفية وكفر الـــشيخ ودميـــاط والبحيرة وكذلك معظم محافظات الصعيد كبني سويف وأسيوط وســـوهاج وقنـــا لا توجد بها هيئات إقليمية .

أوجه نشاط الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحة :

لتحقق الهيئة رسالتها فإنها تباشر الأنشطة التالية :

١. وضع تقويم شامل المقومات السياحية المتوافرة في مصر .

٢. وضع خطط وبرامج تنشيط السياحة .

٣. القيام بجميع وسائل الجذب السياحي إلي مصر فـــي الـــداخل والخـــارج بكافـــة الطرق.

٤. تقديم المعونة الفنية والتسويقية والتعاون والمساهمة مع الشركات والمنشآت في مجال تنشيط السياحة .

مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي:

ويشكل مجلس إدارة الهيئة برئاسة رئيس المجلس الذي يعين بقرار من رئيس الجمهورية بناء علي ترشيح وزير السياحة ، وعضوية كل من :

- أحد وكلاء وزارة السياحة يختاره وزير السياحة .
- أحد وكلاء وزارة النقل يختاره وزير النقل .
- رئيس هيئة الطيران المدني .
- أحد وكلاء وزارة الثقافة أو أحد رؤساء هيئاتها يختاره وزير الثقافة .
- رئيس غرفة الشركات السياحية .
- رئيس غرفة المنشآت الفندقية .
- رئيس غرفة محال بيع العاديات والسلع السياحية .
- ثلاثة أعضاء من الشخصيات المعنية بالنشاط السياحي يختارهم وزير السياحة لمدة عامين قابلة للتجديد .

الموارد المالية للهيئة العامة للتنشيط السياحي :

تتكون موارد الهيئة من :

١ – الاعتمادات التي تخصصها لها الدولة سنوياً في الموازنة العامة للدولة .

٢ – الموارد المتاحة الناتجة عن مباشرة الهيئة لنشاطها .

٣ – القروض المحلية التي تعقد لصالح الهيئة .

٤ – الإعانات .

ويكون للهيئة موازنة مستقلة تتبع في وضعها القواعد المعمول بها في المشروعات التجارية ، وتبدأ السنة المالية للهيئة ببداية السنة المالية وتنتهي بانتهائها .

ولعل ما سبق أن أوردناه في كتابنا الصادر في عام ٢٠٠٢ تحت عنوان

السياحة – قديما وحديثا في مؤلفنا الإسكندرية روعة وعطاء – يوضح ما نريد توضيحه في هذا المجال .

فقد كان الإنسان ينتقل من مكان إلي مكان سعياً وراء مأكله ومشربه له ولدابته وأغنامه ، فكان ينتقل من المكان القحل إلي المكان الخصب ، وكان يختار الأماكن المنيعة لسكنه ، حتى يأمن هجمات الوحوش – وأن يقطع المسافات الطويلة ليصل إلي موارد المياه للشرب أو لأماكن الصيد – ولم يكن هناك وسائل للسفر والانتقال سوي السير علي الأقدام بكل ما فيه من قسوة ومشاق ومخاطر ، فإذا اعترض الإنسان نهراً أو بحيرة أو بحراً لم يكن أمامه سوى جذوع النخيل والأشجار يركبها ويدفعها مع التيار ، وكان يحلو للإنسان أحياناً أن ينتقل لاستكشاف الأرض التي تحيط به .

ولم يكن عنصر الوقت في تقدير المسافر فلم يكن للوقت أي اعتبار أو وزن – وكان المسافر عندما يرتب للرحلة يجب أن يفكر في كل شيء ، في الطعام والملبس والسلاح والدواب ورفقاء الطريق – بل كان يودع أهله حيث كان اللقاء بعد الرحلة شبه مستحيل .

ولم تكن هناك طرق بعيدة يخترقها المسافر سيراً علي الأقدام أو علي ظهر دابته ، فكان يخترق السهول والوديان ويعتلي قمم الجبال للوصول إلي غايته – كان الإنسان ينتقل علي سجيته لا تحده حدود أو تعوقه قيود ، وكانت جميع أهدافه فردية ، وليس في حيازته من وسائل السفر سوي قوته الجسمانية أو دابته ، فكان يخترق ولم يكن مقيداً بوقت ولم يكن السفر يخضع لأي تنظيم أو دراسة ، ولم يفكر أحد في هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع ، وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة ، ولم يظهر لها أي تعريف في هذا العصر سوي أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان تهدف إلي إشباع رغباته واستيفاء احتياجاته الشخصية .

ويقول الأستاذ سيد موسي رئيس الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة الأسبق والخبير الدولي في السياحة أن كلمة السياحة في اللغة العربية تعني . ما

يقول علماء اللغة – انسياب الماء وانطلاقه علي موجب طبيعته ثم توسع في الدلالة فأصبحت تعني الضرب في الأرض والسعي في مناكبها .

وأن تاريخ البشرية يسجل أن من أوائل المهن التي امتهنها الإنسان كان حرفتا الصيد والرعي وكلتاهما مما يعتمد من الدرجة الأولي علي الانتقال من مكان إلي أخر – وأن التنقل في هذه الحالة كان تأكيداً لسعي الإنسان وراء الرزق الأوفر الذي يتوافر عادة مع المناخ الأنسب .

ويسجل تاريخ البشرية أيضاً أن التجمعات البشرية التي نشأت وتجاورت فيما بينها – لم تلبث أن وجدت حاجة لإقامة علاقات وإجراء مبادلات كانت تحتاج بالضرورة للتنقلات فيما بين هذه التجمعات ، وقد أسفرت هذه العلاقات والمبادلات عن اندماجات واتساع رقعة وعدد سكان كل تجمع ، وتلي هذه الاندماجات اتجاهات وحدوية ، أسفرت في النهاية عن نشوء دول بالمفهوم الذي تستخدم به هذه الكلمة الآن ، ولعل من أول الدول التي نشأت في العالم نتيجة للاندماجات والوحدة كانت مصر التي وحدها مينا منذ آلاف السنين قبل الميلاد ويروي لنا تاريخ البشرية العديد من الأسباب أو ما نسميه حالياً بالدوافع وراء الانتقال – فمن البدايات الأولي كان طلب العلم – علي سبيل المثال من أبرز دوافع الانتقال وهو ما نراه قائماً حتى الآن .

ونجد أن اليونانيون الأقدمين كانوا يفدون للدراسة واكتساب العلم في المراكز العلمية في مصر ، وخاصة مكتبة الإسكندرية – كما كان الرومان يدرسون لدي اليونانيين.

وخلاصة القول في هذا الأمر أن السياحة علي نحو ما تعني باستخدام هذه الكلمة الآن هو نوعية متخصصة من ممارسة فطرية للإنسان تنفيذ تكليف إلهي له بالسعي في الأرض التي خلقها له الله ليستخلفه فيها ، وليتولى مسئولية عمارتها ، وأن هذا التكليف الإلهي بالسعي في الأرض وعمارتها هو المسئول عن تسلسل حلقات حضاراتها إلي أن يرث الله الأرض وما عليها .

وكذلك الإنسان في الماضي ينتقل في رحلة الحج ، وهي رحلة نجد جذورها في كل الأديان السماوية – وكانت تستغرق في الماضي وقتاً طويلاً قد يمتد إلي شهور – وبداهة أنه خلال هذه المدة كان يتوقف في نقاط معينة – أصبحت بمرور الوقت متكررة – وأصبحت تمثل مراكز تجمع ونقاط توقف اعتيادية ، رغم أنه لا صلة لها بالشعائر الدينية وليست جزءاً من الأراضي المقدسة.

ولعل هذه المراكز والنقاط هي أول مراكز السياحة يمكن أن يطلق عليها Resort Centres يكون التوقف فيهل للراحة والترويح واستعادة اللياقة البدنية .

إلا أننا إذا انتقلنا من هذا العهد البعيد والعصر السحيق نجد أن كلمة السياحة بمفهومها الحالي وانحيازاً منا للإسكندرية ، بدأت في الإسكندرية ، فقد وضع الإسكندر ألأكبر حجر الأساس لمدينة الإسكندرية عام ٣٣٢ ق . م ولم يمهله الآجل ليري مدينته التي أتمها من بعد بطليموس الأول ، وجعلها عروس البحر المتوسط وزينة الدنيا من حيث المباني . كما أصبحت قبلة العالم من حيث العلوم والمعارف في عصر بطليموس الأول وفي عصر خلفائه ، وقد تميزت الإسكندرية عن سائر بلاد مصر حتى أصبحت تعرف باسم المدينة – وفي عهد الفراعنة كانت مدينة طيبة تعرف باسم " نو " أي المدينة ، أما في العصر الإسلامي فإن يثرب وهي مثوى الرسول الكريم محمد صلي الله عليه وسلم تعرف باسم المدينة المنورة ، ولم يحل عام ٢٠٠ ق . م حتى أصبحت الإسكندرية أكبر مدينة في العالم المعروف ولم تفقها روما إلا فيما بعد حيث بلغ عدد سكانها ما يقرب من مليون نسمة .

وفي محاورة دونت علي بردية كشف عنها حديثاً ادعي أحد المتحمسين أن الإسكندرية هي الدنيا – فالأرض قاطبة هي أرض المدينة والمدن الأخرى ليس إلا قراها.

ولم تكن الإسكندرية والأراضي التي تحيط بها تعتبر جزءاً من مصر ، بل كانت تعد مجاورة لها ، ولذلك نجد في الأوراق البردية أن القدماء كانوا يتحدثون

عن القيام بسياحة من الإسكندرية إلي مصر ، وهذه العبارة غاية في الأهمية .

وأهم المعلومات التي تعتبر من الدرجة الأولي عن المركز الرئيسي الـذي كانت تشغله مدينة الإسكندرية ، وهو ما رواه الجغرافي (استرابون) وذلك لأنه زار المدينة وتفقد أحيائها ، وساح في وادي النيل في حاشية صديقه الشخصي (اليـوس خاليوس) وهو ثالث حاكم لمصر في عهد أغسطس قيصر أي فـي أوائـل القـرن الأول الميلادي .

وهذا ويطيب أن نذكر أن أحد أصدقاء الإسكندر ويدعي (نيركـوس) فقـد كان قائد أسطوله وصديق طفولته ، كتب كتاباً عن سياحته قبـل عـام ٣١٢ ق . م ويعتبر كتابه أصدق مؤلف سردت فيه الوقائع بأمانة باللغة الإغريقية ، فقـد كتـب عن سياحته في نهر السند وعبر المحيط الهندي إلي نهر الفرات وقد وضع مؤلفـاً عن تجاربه ، ويمتاز هذا المؤلف بدقة الملاحظة وصواب الحكم .

ثم أننا إذا انتقلنا بعد ذلك بعدة قرون نجد أن القرآن الكريم قـد أورد فـي الآية الأولي والثانية من سورة قريش ﴿ لإيلاف قـريش إيلافهـم رحلـة الـشتاء والصيف ﴾ فهذه أول مرة يذكر في كتاب مقدس كلمة رحلة ، ثم أصبحت الرحلـة المفضلة لدي المسلمين كافة هي رحلة العمرة والحج ، وهو أحد أركان الإسـلام – إلا أن الأستاذ سيد موسي يذكر في مذكراته عن السياحة الدولية والسياحة الداخليـة أنه علي الرغم من الصعوبة البالغة في تحديد اللحظة التي بدأت فيهـا " الـسياحة " بالمفهوم الحالي لهذه الكلمة – الانتقال لغير أغراض الكسب المادي أو ترتيب إقامة دائمة – فإن بعض الذين عنوا بتاريخ السياحة يذهبون إلي أن أول من ينطبق عليـه وصف السائح علي النحو الذي نعنيه الآن هو قسيس إنجليزي مـن يـورك اسـمه لورانس سندن الذي قام عام ١٧٦٥ برحلة إلي فرنسا لدراسة الكاتدرائيات وغيرها من الآثار ونشر عام ١٧٦٨ كتاباً شهيراً فـي أدب الـرحلات وأسـماه " الرحلـة العاطفية " sentimental journey وصف فيه مباهج التجـول مـستخدماً اللفـظ الإنجليزي Touring .

ويذكر هؤلاء المؤرخون كذلك أن استخدام كلمة Tour ظهر أيـضاً فـي

مقال لصحفي فرنسي اسمه ليتر نشره عام ١٧٩٩ ، ألا أنهم يختارون يوماً أخر بعد تاريخ كتاب سندن بحوالي ٧٣ عاماً وبعد نشر مقال ليتريه بحوالي ٤٢ عاماً ليؤرخوا به البداية الحقيقية لمولد السياحة كممارسة منظمة تقوم على أسس علمية وهو يوم ٥ / ٧ / ١٨٤١ عندما قام الإنجليزي **توماس كوك** باستئجار قطار ونقل عليه ٥٧٠ راكباً من ليستر إلي يورك والعودة ، محققاً من وراء ذلك ربحاً طيباً – وتلك كانت أول رحلة منظمة تم الإعلان عنها في العالم ، وتسجل بها مولد السياحة المنظمة ومولد شركات السياحة في نفس الوقت ، ونحن الآن وبعد مضي أكثر من قرن ونصف قرن من الزمان – نستطيع أن نتبين القفزات الكبار التي حققها هذا النشاط الذي بدأ يطبقه مئات الأفراد وأصبح الآن يتعامل مع عشرات الملايين منهم الذين أصبحت زياراتهم تعد بالبلايين . كما نستطيع أن نتبين بنفس السهولة أن هذا النشاط بدأ بما نسميه نحن الآن **السياحة الداخلية** – وفي داخل نطاق دولة واحدة من مقيمين بها – وانتشر حتى كاد أن يغطي العالم أجمع .

الوظائف المختلفة للتنشيط السياحي :

ليس هناك أي خلط بين اختصاصات هيئات التنشيط سواء كانت الهيئة المصرية العامة أو الهيئات الإقليمية – فالهيئتين لهما اختصاصات محددة وردت في قوانين إنشائها ولوائحهما – فالاختصاص هو ما يقوم بتنفيذه العاملون في مجال التنشيط أما الوظائف فهي ما يترتب على ممارسة الاختصاصات المحددة في اللوائح والقوانين وسوف تستعرض هذه الوظائف والتي يمكن أن نوجزها فيما يلي : الوظائف الفكرية – الوظيفية التثقيفية – الوظيفة السياسية – الوظيفة التعليمية – الوظيفة الاجتماعية – الوظيفة الاقتصادية ، وقبل أن نبحث أن نبحث في هذه الوظائف أن نعرض لها سوف نورد الاختصاصات ، وهذا ليس بحثا في التشريع أو النواحي القانونية فسيرد هذا في موقع آخر، وبداية نعرض لاختصاصات الهيئات الإقليمية أولا فهي السابقة حيث صدر القرار الجمهوري ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ أما الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي فقد أنشئت بالقرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ .

تختص الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة بما يلي :

١. دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياحيا وتحسينها واجتذاب السياح إليها وجعل اقامتهم محببة وسهلة .
٢. وضع تقييم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون أداة التنشيط السياحي فيها .
٣. رفع المستوى الفني أو الوعي السياحي العام بالمحافظة .
٤. تنشيط السياحة والدعاية للمحافظة في الداخل والخارج بإقامة المعارض والمهرجانات وغيرها من وسائل الدعاية سواء بالنشرات أو الإذاعات المحلية أو غير ذلك .
٥. دراسة تحسين أو إنشاء المشاتي والمصايف وعيون المياه المعدنية وغيرها مما يساعد على تنشيط السياحة في المحافظة .

وتختص الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي بما يلي :

لتحقيق الهيئة رسالتها فإنها تباشر الأنشطة التالية :

١. وضع تقييم شامل للمقومات السياحية المتوفرة في مصر .
٢. وضع خطط وبرامج تنشيط السياحة .
٣. القيام بجميع وسائل الجذب السياحي إلى مصر في الداخل والخارج بكافة الطرق والأساليب .
٤. تقديم المعونة الفنية والتسويقية والمساهمة مع الشركات والمنشآت في مجال تنشيط السياحة .

وبمطالعة الاختصاصين نجد أن الاختصاصات المنوطة بالهيئات الإقليمية قد تفوق تلك المنوطة بالهيئة المصرية العامة – ونستعرض الآن الوظائف كالآتي :

١. **الوظيفة الفكرية** .. ورد في اختصاص الهيئات الإقليمية العبارات الآتية "دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية ، اجتذاب السياح وجعل إقامتهم محببة وسهلة ، وضع تقييم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية

والجغرافية ، رفع المستوى الفني والوعي السياحي ، وحيث أن الوظيفة الفكرية أساسها التعرف على مختلف أنماط التفكير الإنساني الذي بدوره يوسع في عمليات التأثير والتأثر – وتنمية ملكات التفكير ، فالعاملون في التنشيط السياحي عليهم أداء وظيفة فكرية تتلخص في دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية وهذا يؤدي بهم إلى أعمال الفكر في كيفية التفكير للاستفادة من دراسة النواحي الطبيعية والتجارية في عملية التنشيط وكذلك وضع التقييم الشامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية وكيفية رفع المستوى الفني والوعي السياحي ولعل عمومية هذه الألفاظ هي قمة إفساح المجال لأعمال الفكر وتم تطبيق هذه الاختصاصات وتفعيلها في هيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية وسيكون لذلك موقع آخر في هذا المؤلف .

٢. **الوظيفة الاقتصادية** .. بالرغم من انه لم يرد سواء في قانون الهيئات أو لائحتها أن لها أهداف ربحية أو كسب مادي ولكن لها أن تقيم المعارض أو إنشاء المصايف أو المشاتي وعيون المياه المعدنية وتستطيع أن توفر دخلا من خلال ممارستها لهذه الأنشطة يضاف لميزانيتها ولكن الوظيفة الاقتصادية هنا أن عملية التنشيط وجذب السياح وتوفير العملة الصعبة هو قمة هذه العملية برمتها وتحسين الدخل القومي هو الوظيفة الهامة التي ينـاط بالعاملين في التنشيط السياحي فإقامة المهرجانات والمشاركة في إعداد وتنظيم المؤتمرات والمشاركة في المهرجانات الرياضية – كل ذلك يصل بنا إلى أن التنشيط السياحي له وظيفة اقتصادية هامة في الدولة .

٣. **الوظيفة التثقيفية** .. تتجسد هذه الوظيفة في تزويد الناس بالمعلومات والمعارف الخاصة بالإقليم أو المدينة التي يمارس فيها العاملون في التنشيط فوضع تقييم شامل من الناحية التاريخية والجغرافية ودراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية هو نوع من التثقيف وتعريفهم بتاريخ بلدهم وجغرافيتها وحالتها الطبيعية والتجارية وهي أمور من الأهمية للناحية الثقافية للمجتمع فهذه الوظيفة تعمل على تساند وتكامل المجتمع ومعرفته بكل

خصائص مجتمعهم .

٤. الوظيفة السياسية .. هذه الوظيفة تأتي من تفعيل النص الخاص بالدعاية في الداخل والخارج سواء بالنشرات أو الإذاعات ويضاف إليها الآن التليفزيون حيث أن صدور هذه اللائحة لم يكن التليفزيون قد بث برامجه وأيضا ما أمدتنا به المخترعات الحديثة والتكنولوجيا المتطورة من الانترنت والـ C.D وما قد يأتي بعد ذلك ولعل ذلك يوري الحكمة من النص في اللائحة التي قررت "أو غير ذلك" وعند قيام العاملون في أجهزة التنشيط بممارسة الخاصة بالدعاية في الداخل والخارج فإنهم يساهمون في تشكيل وتوحيد الرأي العام تجاه العمل السياحي وبالنسبة للخارج فإننا نواجه الدول والمجتمعات الخارجية ونعرض عليهم ما نمتلكه ونقرب إلى أذهان هذه المجتمعات أسلوب حياتنا وطريقة تفكيرنا ومن خلال بعثاتنا الدبلوماسية والمنظمات والمحافل الدولية – تستطيع أن يكون للسياحة دورا هاما في علاقتنا بالخارج .

٥. الوظيفة التعليمية .. تتجسد هذه الوظيفة في كونها عملية تفاعل اجتماعي واسع النطاق بين العاملين في التنشيط وفئات المجتمع المختلفة وخاصة الطلاب الجامعيون والتلاميذ في المدارس فإلقاء المحاضرات في هذه المجتمعات فهي اخذ وعطاء وفعل ورد فعل وتعليم وتعلم ، والهدف النهائي هو إحداث تغيير أو تعديل في السلوك المجتمعي تجاه السياحة فتزويد الطلبة أو الهيئات المجتمعية المتواجدة في النوادي أو الهيئات المختلفة بالخبرات السياحية والمواقف المختلفة والتراث الثقافي فهذا أمر يساعد على إحداث التواصل المعرفي بين مختلف الفئات وبين العاملين في التنشيط ولا نعني هنا بالوظيفة التعليمية أن يقوم هؤلاء العاملون بالتعليم – ولكن المقصود هو إيصال المعلومة السياحية والتاريخية والأثرية والحضارية إلى المجتمع بكافة الوسائل من أفلام فيديو إلى النشرات والكتيبات والمدمجات والكتب الشيقة التي تشبع رغبة الطاقة في الحصول المعلومة السياحية بكافة الوسائل .

٦. الوظيفة الحضارية .. هذه الوظيفة هي التي نتمنى أن تكون اكبر مساهم في

إحساس السائح بالانطباع الجيد الذي يحمله معه بعد إتمـام زيارتـه لبـدلنا – فالنظافة ، وانتظام المرور ، التجميل ، التشجير ، تعميق الوعي السياحي لـدى العاملين بالمطارات والجوازات ، وكل هذه الأمور تكون مؤشرا إما ايجابيا أو سلبيا ، واختصاصات الهيئات الإقليمية لو تم تفعيلها وتنفيـذها لجعـل إقامـة السياح محببة وسهلة أليس من المستحب للسائح أن يشعر انه في مدينة نظيفـة أو ليس من المهم انتقال السائح بيسر من مكان إلى آخر أنهـا جملـة بـسيطة تحمل معاني كثيرة ولها وظيفة لو أردنا بحثها بكل دقة لاتسعت لها صـفحات وصفحات وقد كان للإسكندرية دور هام في هذه الوظيفة ، ففي النصف الثاني من ثمانينات القرن الماضي أوكل لهيئة تنشيط السياحة التعاقد مع شركة نظافة مصرية أدت دورا رائعا في جعل مرآة المدينـة وهـي طريـق الكـورنيش والشواطئ لامعة ونظيفة وحينما أوكلت هذه الوظيفة للمحليات تم وأدهـا فـي مقابر البيروقراطية والروتين والفساد والتشجير والتجميل وإضـاءة الأمـاكن الأثرية والسياحية لهم وظيفة هامة في الرقي الحضاري وهو من أهم وظـائف تنشيط السياحة في أي محافظة سياحية بمصر .

فعالية تشريعات تنشيط السياحة :

لكل دولة مصادرها التشريعية الخاصة تبعا لظروفها التاريخية والـسياسية والاجتماعية والدينية والثقافية – والتشريع بصفة عامة هو التعبير عـن الحاجـة أو الضرورة التي تقتضي التدخل في الأمور التي يقتضيها هذا التدخل بالتشريع الملزم في تلك الأمور ، فالتشريع بمثابة الوسيلة لإصدار القـرارات الحاسـمة المتعلقـة بتنظيم العلاقات والسلوكيات بين الناس بعضهم البعض مـن جهـة وكـذلك فـي علاقاتهم بمجتمعاتهم وبالدولة التي ينتمون إليها من جهة أخرى ، وتأسيـسا علـى ذلك فإن التشريع عبارة عن قواعد تتضمنها القـوانين التـي تـصدرها الأجهـزة التشريعية بالمجتمع ، وهي مبادئ تستمد من الخبرات والظـروف التـي يعيـشها المجتمع ، ونتيجة لما يعرض للمجتمع من مـشكلات وحاجـات تحتـاج للتنظـيم والتدخل التشريعي بل انه في حقيقة الأمر مظهر من مظاهر سـيادة الدولـة علـى

رقعتها الجغرافية التي تتبعها والأفراد الذين ينتمون إليها والممارسة الفعلية لسلطتها لتنظيم كافة التصرفات والسلوكيات فيما بين الناس في علاقاتهم بالأجهزة وفي علاقة هؤلاء الناس فيما بينهم البعض وبين حقوقهم وبين واجباتهم . والتشريع يصدر عن الجهاز المختص بسلطة تنظيم العلاقات في دولة ما بين المجتمع وأفراده ، وبين الأفراد بعضهم البعض عن طريق قوانين محددة تنظم كل جانب من جوانب العلاقات في المجتمع وذلك على أساس من الالتزام والإجبار بمقتضى ما للدولة من سلطة تفرضها على المجتمع الذين يخضعون لسلطتها في النطاق الجغرافي للمجتمع الذي تقوم عليه الدولة .

وربما يتسم التشريع بالجمود والتخلف عن مسايرة التطور الحادث في المجتمع – وهذا يمكن إدراكه في حالة تقاعس السلطة التشريعية عن بذل الجهد اللازم لتعديله وإجمالا لمواجهة تلك المآخذ لابد من استقراء الواقع الاجتماعي بأبعاده ومتغيراته المختلفة بصورة مستمرة قبل وبعد صدور التشريعات ويمكن وان تكون هنا الصدارة للعاملين في كافة مجالات المجتمع ومنهم خبراء السياحة الذين بحكم تأهيلهم – ومواقعهم الوظيفية والمهنية بالمجتمع – يمكنهم تقديم كافة وسائل العون للسلطات المختصة بإصدار التشريعات بفضل احتكاكاتهم المباشرة وسبرهم لأغوار حركة السياحة واتجاهاتها والاقتصادية والثقافية بأبعادها المتطورة والاستشرافية للمستقبل ، وهذا يؤهل السلطات المختصة على إصدار التشريعات التي تصف بالمرونة والملائمة لحاجات المجتمع المتطورة ، وبما يمكنها من التدخل في الوقت الملائم لتعديل أو إلغاء التشريع وهنا وجب علينا أن نوضح أن خبراء السياحة الذين بحكم تأهيلهم ومواقعهم الوظيفية والمهنية بالمجتمع لم يقدموا أو يقترحوا أو حتى يطلبوا تعديلا أو تغييرا في نص أو حتى فقرة من فقرات النص التشريعي الخاص بتنشيط السياحة الأمر الذي يؤكد أن هذه النصوص والتي صدرت سواء من خمسين عاما بالنسبة للهيئات الإقليمية أو ستة وعشرون عاما بالنسبة للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي – هذه النصوص لاقت الاستحسان ووجد العاملون في هذين التشريعين ما يسهل لهم عملهم وما يتيح لهم العمل بعيدا عن التعقيدات الروتينية والقواعد المالية المحبطة والتي تستلزم موافقات من

الصعب الحصول عليها في حال تدخل التشريعات المالية الحكومية ونقصد هنا الموافقات المسبقة من الإدارات المالية الحكومية - وهذا الأمر سنعرض له بالتفصيل عند مناقشة لائحة أو اللوائح الخاصة باختصاصات الهيئتين أما يجب أن نعرض له قبل الدخول في صلب اللوائح فهو نص المادة الأولى من القرار بقانون رقم ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ المعدل بالقانون ١٩١ لسنة ١٩٥٩ والتي جاء بها "تنشأ في كل إقليم سياحي هيئة تسمى هيئة تنشيط السياحة تكون لها الشخصية الاعتبارية ....

وهنا يقول أساتذة القانون الإداري أن التنظيم الإداري يرد على هيئات وأجهزة إدارية مما يعني انه يتكون من أشخاص معنوية عامة ، وإننا عندما نصادف الأشخاص الطبيعيين في هذا التنظيم ونتعامل معهم - فإن ذلك التعامل لا يتم من اجلهم شخصيا ولا تنصرف آثاره إلى ذواتهم وإنما يتم التعامل معهم باعتبارهم يمثلون أجهزة إدارية وهنا لابد من تحديد ماهية الشخصية المعنوية أو الشخصية الاعتبارية - فالشخصية القانونية التي يعترف بها القانون لمجموعات الأشخاص أو لمجموعات الأموال هي ما يطلق عليه الشخصية القانونية المعنوية أو الاعتبارية وذلك في مقابلة الشخصية القانونية الطبيعية التي يتصف بها الإنسان ، ويتم التعامل مع الشخصية المعنوية باعتبارها مجردة عن الأشخاص الطبيعيين المكونين لها أو عن العناصر المالية المكونة لها بحيث لا يضطر هؤلاء الأشخاص الطبيعيين الشركاء في تكوين الشخصية المعنوية إلى الاجتماع لابرام التصرفات القانونية المتعلقة بهذه الشخصية - إذ يتولى الشخص المعنوي أو الاعتباري - من خلال من يمثله قانونا - إبرام هذه التصرفات دون حاجة إلى حضور الشركاء أو توقيعهم على التصرفات أو رفع الدعاوى للحصول على حقوقه أو المثول أمام القضاء في حالة مخاصمة الشخص المعنوي أو الاعتباري وعلى ذلك فإن اكتساب الشخصية الاعتبارية للهيئات أنها أصبحت جزءا من السلطة الإدارية في الدولة فتكون له اختصاصاته الإدارية وله أن يباشر وسائل القانون العام بما تتضمنه من امتيازات أو قيود عندما يمارس نشاطه المتصل بهذه الاختصاصات ، والشخصية المعنوية الإقليمية هي تلك التي تباشر اختصاصاتها في نطاق إقليم جغرافي محدد

لا يجوز تعديه على ذلك يتحدد اختصاص الشخص الاعتباري الإقليمي بثلاثة عناصر هي الإقليم الجغرافي وسكان هذا الإقليم والمقيمين فيه ومدى الاختصاصات المقررة لهذه الأقاليم أو بالأحرى لتلك الأشخاص الإقليمية المختلفة أنواعها .

وعلى ذلك فاكتساب الشخصية الاعتبارية أن هذه الشخصية أصبحت جزء من السلطة الإدارية في الدولة فتكون له الاختصاصات الإدارية وان يباشر وسائل القانون العام بما تتضمنه امتيازات أو قيود عند ممارسة النشاط المتصل بهذه الاختصاصات وبالرغم من انه لم ينص في القرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ على أن هذه الهيئة بها الشخصية الاعتبارية كما ورد في نص الهيئات الإقليمية إلا انه يستفاد من النصوص المتعلقة بتشكيل مجلس إدارة الهيئة وأوجه نشاطها واختصاصات مجلس الإدارة أن هذه الهيئة تتمتع بكل المقومات القانونية للشخصية الاعتبارية – فرئيس مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي يعين بقرار من رئيس الجمهورية بناء على ترشيح وزير السياحة ويختص مجلس الإدارة بوضع السياسة العامة التي تسير عليها الهيئة وهو الذي يتولى إدارة شئونها ويمثلها في صلاتها بالأشخاص والهيئات الأخرى وأمام القضاء وهو نفس اختصاص رئيس مجلس إدارة الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة ونلاحظ أن اختصاصات كل من الهيئتين تكاد تكون متطابقة ففي الهيئة الإقليمية نجد أن اختصاصاتها دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياسيا وتحسينها واجتذاب السياح إليها وجعل إقامتهم فيها محببة وسهلة – بينما الهيئة العامة تهدف إلى رفع معدلات النمو في حركة السياحة الدولية إلى مصر وإبراز الصورة الحقيقية لماض مصر الحضاري ونهضتها الحديثة ومقوماتها السياحية المختلفة – والعمل على إزالة المعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية وتشجيع السياحة الداخلية – وهو نفس اختصاص الهيئات الإقليمية الوارد في وضع تقويم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون أداة تنشيط السياحة فيها والاختصاص المشترك لكل من الهيئتين هو رفع المستوى الفني أو الوعي السياحي العام بالمحافظة بالنسبة للهيئات الإقليمية وهو بالنسبة للهيئة العامة – زيادة الوعي السياحي وربط المواطنين بتراثهم وكما تطابقت

الاختصاصات – نجد أن هناك شبه نظامين في تشكيل كلا الهيئتين فالهيئات الإقليمية تشكل من المحافظ أو المدير (قبل وجود المحافظات بكل مصر ١٩٦١).

وأعضاء مجلس إدارة الهيئات الإقليمية هم مدير عام البلدية وحل محله الآن وكيل وزارة الإسكان – ومدير عام مصلحة الجمارك ومدير عام مصلحة السياحة – ومدير عام الآثار وحكمدار البوليس التابع له الإقليم أو من يندبه وأصبح الآن مدير امن المحافظة أو من يندبه ، ثم ستة أعضاء من الغرفة التجارية – غرفة الملاحة – اتحاد شركات الطيران وغرفة الشركات السياحية وغرفة الفنادق .

أما أعضاء مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة فهم احد وكلاء وزارة السياحة يختاره وزير السياحة وأحد وكلاء وزارة النقل يختاره وزير النقل ورئيس هيئة الطيران المدني وأحد وكلاء وزارة الثقافة أو احد رؤساء هيئاتها يختاره وزير الثقافة ورئيس غرفة الشركات السياحية ورئيس غرفة المنشآت الفندقية وثلاث أعضاء من الشخصيات العامة المعنية بالنشاط السياحي يختارهم وزير السياحة لمدة عامين قابلة لتجديد وهو نفس ما ورد في لائحة الهيئات الإقليمية وإن كانت لم تحدد عددهم .

وتكاد تتطابق طبيعة العمل في كلا الهيئتين فإن أهدافهما تكاد تكون واحدة وتشتركان مع وزارة السياحة في الهدف العام والمستفاد من نص المادة الأولى من القرار الجمهوري رقم ٧١٢ لسنة ١٩٨١ في شأن تنظيم وزارة السياحة والتي تهدف إلى تنشيط مرفق السياحة بوجهيها الداخلي والخارجي على النحو التالي :

١. تنشيط السياحة الخارجية .. وتهدف وزارة السياحة إلى تنشيط السياحة الخارجية لدعم العلاقات الإنسانية بين الشعوب والمساهمة في تنمية الدخل القومي وإظهار الصورة الحقيقية لماضي مصر ونهضتها الحديثة الشاملة لجميع شعوب العالم .

٢. تنشيط السياحة الداخلية .. كما تهدف وزارة السياحة إلى تنشيط السياحة

الداخلية والى ربط وتعميق وعي المواطنين بتراث ونهضة بلادهم وارتباطهم بحضارتهم المعاصرة وذلك بالتخطيط العلمي للتنمية السياحية الشاملة وكذلك المشاركة الوطنية في صناعة السياحة وتعميق الترابط والتكامل بين مختلف القطاعات المتصلة بالعمل السياحي وبصفة عامة المشاركة في تنمية الاقتصاد القومي .

أما المادة الثانية من القرار الجمهوري الخاص بتنظيم وزارة السياحة فقد نص على الاختصاصات المقررة لوزارة السياحة فيمكن أن نوجزها فيما يلي :

١. رسم السياسة العامة للوزارة ووضع الخطط والبرامج العامة وإعداد السياسات القومية للتنمية السياحية .
٢. الإشراف على مجالات العمل السياحي تحقيقا للتناسق والتكامل بين القطاعات والأجهزة ذات العلاقة بالسياحة .
٣. جمع وتسجيل وتحليل البيانات الإحصائية المتعلقة بنشاط الوزارة .
٤. حصر الإمكانيات والمقومات السياحية بالبلاد لوضع التخطيط الشامل لها .
٥. إعداد وإصدار التشريعات اللازمة لتنفيذ السياسة العامة لخطة الوزارة ماليا وفنيا وإداريا .
٦. التنظيم والإشراف على إعداد الاتفاقيات السياحية تحقيقا للسياسة العامة والخطط المقررة .
٧. عقد الاتفاقيات الدولية وفقا لأحكام القوانين السارية وتحسين الصلات والعلاقات مع المنظمات والهيئات الدولية .
٨. تخطيط الإعلام السياحي وتوفير المعلومات اللازمة لتعريف السائحين بالمعالم القديمة والحديثة للبلاد ومناطقها السياحية وإقامة المعارض والمسابقات السياحية التي من شأنها تنشيط السياحة الخارجية والداخلية .
٩. عقد وتنظيم المؤتمرات والحلقات الدراسية الدولية والمحلية المتصلة بشئون السياحة والمساهمة في أنشطة المنظمات الدولية .
١٠.إجراء البحوث والدراسات للتعرف لى جوانب العمل السياحي ومتابعة تطوره

عالميا.

١١.إعداد الدراسات الأولية ودراسات الجدوى للمشروعات السياحية والترويج لها وجذب المستثمرين .

١٢.الإشراف على استقبال السائحين وتقديم الخدمات السياحية لتسهيل زيارتهم وتعرفها على معالم البلاد .

١٣.تعميق الروابط بين المؤسسات السياحية الوطنية والأجنبية لخدمة أهداف التنمية السياحية .

١٤.الإشراف على إنشاء وتنمية المناطق السياحية والمنشآت وتوفير أماكن إقامة السائحين والترخيص لها بمزاولة نشاطها وتيسير احتياجاتهم وتشجيع إنشاء الفنادق .

١٥.الرقابة على المنشآت الفندقية والسياحية لضمان التزامها بالقوانين والنظم المقررة لها.

١٦.الإشراف والتوجيه على وكالات السفر والسياحة والنقل السياحي والمرشدين السياحيين .

١٧.إصدار التراخيص بمزاولة الأنشطة السياحية وفقا للنظم والقوانين المقررة .

١٨.الإشراف على المناطق السياحية واستغلالها .

كان ما سبق هو اختصاصات وزارة السياحة وإذا تعمقنا في اختصاصات الوزارة نجدها نفس اختصاصات الهيئات الإقليمية والهيئة العامة إلا أن الأخيرتين لا تختصان بما يلي :

١. إعداد واستصدار التشريعات .
٢. الرقابة على المنشآت الفندقية والسياحية .
٣. الإشراف والتوجيه على وكالات السفر ووسائل النقل السياحي .
٤. إصدار التراخيص بمزاولة النشاط السياحي .

وهذه الاختصاصات الأربعة الأخيرة يتولاهما في المحافظات السياحية مكاتب وزارة السياحة الموجودة بالمحافظات وتمثل الوزارة في مباشرة هذه

الاختصاصات ما سبق كان مفاهيم ومفاتيح لمعرفة التشريعات التي تحكم التنشيط السياحي منذ نشأته الأولى عام ١٩٥٧ أو النشأة الأكبر عام ١٩٨١ والتي نرى من خلالها ومن بين سطورها الدور الذي يمكن أن تقوم به هيئات تنشيط السياحة ولو استعرنا تعبيرا سياسيا فإننا يمكن أن نقول أن هذه الهيئات يمكن لها أن تقوم بنشاطها بالحد الأقصى المأمول أو حتى في الحدود الدنيا المأمونة وكل يعمل على قدر طاقته بحده الأقصى والمأمول إن أجاد واجتهد واستغل الطاقات الإبداعية والفكرية والفنية واستعمل الإمكانات الظاهرة البادية للعيان أو تلك الكامنة الموروثة وعاد للجذور ليستخرج من تشعبها تحت الأرض فائض القيمة الحضاري والتاريخي ليستعمله في أبهى صورة ويضع النشاط السياحي في ابرع إطار ، ويقوم بتوظيف تراث الماضي لخدمة الحاضر وأن يتخذ من إمكانات الحاضر العلمية والتكنولوجية والفنية للإبهار بعظمة الماضي – أما من لا يجتهد ولا يقدح زناد الفكر فليس أمامه إلا احد طريقين الطريق الأسهل والأوفر وقتا أن يترك هذا العمل لمن يستطيع أن يؤديه في حده الأقصى المأمول أما الطريق الآخر فهو أن يعمل في الحدود الدنيا المأمونة وهو هنا سيكون مجرد موظف يؤدي عملا في إطار العمل المكتبي الروتيني الذي يستطيع أن يقوم به أي موظف تلقى قدرا من التعليم الجامعي ولم يضف عليه أي مقدار من الفكر والثقافة والابتكار ولم يعط لعمله اقل القليل من روعة العطاء أو حتى العطاء الوافي بدون الروعة . وختاما لهذا الجزء فقد هالنا ما طالعناه مؤخرا تحت عنوان "إتجاه إلى إلغاء هيئة تنشيط السياحة" وموضوع الخبر يتحدث عن اجتماعات مغلقة بين وزير السياحة وكبار مساعديه لاختيار بديل لرئيس الهيئة العامة لتنشيط السياحة الذي رفض التمديد له في منصبه واستعراض أسماء بعض المرشحين أما الطامة الكبرى فهو قول الجريدة "يأتي هذا وسط أنباء عن وجود اتجاه قوى لإلغاء هيئة تنشيط السياحة وتحويلها إلى قطاع بالوزارة – إن صح ذلك – ونعتقد أن هناك بعض المسئولين من يركبهم شياطين الفكر لا ملائكته – فإن على مصر أن تنتظر خمسون عاما لكي يصل القطاع الذي يفكرون فيه إلى ما وصل إليه العمل التنشيطي الآن .

تفعيل الدوافع الايجابية لتنشيط السياحة :

والدوافع تمثل بعدا من أبعاد السلوك الإنساني ويختلف الناس فيما بينهم فيما يهدفون إليه في حياتهم وفيما يريدون فما الذي يدفع الناس إلى هدف معين كالسفر أو القيام برحلة مثلا فهنا يجب البحث عن أسباب هذا السلوك وإذا أردنا ذلك فلابد وأن نرجع إلى علم النفس وقد يقودنا ذلك إلى الوصول لأفكار تتعلق بالسياحة سواء من ناحية السياح أنفسهم وأسباب ودوافع سفرهم أو حتى العاملون في النشاط السياحي ودوافعهم الايجابية لتنشيط الحركة السياحية .

ونتحدث أولا عن السفر للسياح – إذا رجعنا إلى نظريات الفلاسفة فسنجد أن هناك نظرية الدافع الفطري وهذا الدافع الفطري قد يكون قويا لدى شخص وضعيفا لدى شخص آخر وهذا الدافع الفطري له ثلاثة خصائص :

١. نزعة الفرد إلى أن يدرك في الحال مجموعة من الأشياء التي يتصل بهذا الدافع .
٢. نزعته إلى الشعور بحالة انفعالية تتعلق بهذه الأشياء .
٣. القيام بسلسلة من الأفعال تتوقف عند التوصل لهدف معين .

وهناك نظرية الفيلسوف مازلو التي يرى فيها أن هناك حاجات فطرية وأن هذه الحاجات هي الرغبة في المعرفة والفهم والحاجات الجمالية .

أما الفيلسوف وودورث فهو صاحب النظرية الديناميكية وعلم النفس الديناميكي الذي يبحث عن الدوافع Motives وهو الذي مهد السبيل لهذا الاصطلاح فالإنسان له دوافع أو حاجات تشبع عن طريق النشاط الذي يقوم به ويضيف وودورث إلى نظريته بان أي عملية من عمليات النشاط قد تتحول بعد أن تبدأ إلى دوافع وتستمد دافعيتها من نفسها حتى تتم ومن عناصر نظريته أيضا مفهوم الاتجاه Set والاتجاه في الموقف والاتجاه في الهدف وأن الإنسان يقوم بالنشاط لإشباع حاجته .

وهناك نظرية أخرى للفيلسوفين كار Carr وروبنسون Robinson وهذه

النظرية متعلقة بالتكيف توصف بأنها تتضمن دافعا مثيرا وموقف احساسي واستجابة أو نشاط يغير الموقف إلى إشباع الدوافع والشيء الخارجي الذي يشبع الدافع يسمى بالحافز Incentive .

أما الفيلسوف ليفين فهو يتكلم عن الميول والرغبات وهذه يسميها شبه حاجات ولها ما للحاجات من مميزات .

إذا يمكن من خلال نظريات الفلاسفة المختلفين تعريف الدافع بأنه استعداد للسعي نحو إشباع معين وأن فكرة الدافع لدى بعضهم أنها عبارة عن مؤثر قوي يؤدي حتما إلى القيام بالفعل ، وأن أي مؤثر من الممكن أن يصبح دافعا إذا زادت معرفته . والدوافع ليست شيئا ماديا يمكن رؤيته مباشرة – إنما هي حالة في الكائن الحي وتستثار الدوافع بمؤثرات داخلية وخارجية وتؤثر قوة الدافع على الطريقة التي نرى بها العالم والأشياء التي نفكر فيها والأفعال التي نقوم بها ومن أهم آثار الدافع على السلوك هو اختيار الهدف فالدافع يؤثر تأثيرا على سلوك الفرد الوجداني والاجتماعي .

وبعد استعراض النظريات الفلسفية علينا أن نوظف ما لدينا من نظريات وأفكار فلسفية لصالح السياحة وأن يكون هناك إسقاط سياحي على نظريات فلسفية هامة ونخلص إلى تفعيل الدوافع لتنشيط السياحة وهنا ستكون هذه الدوافع إيجابية وان نبتعد عما قد يكون دوافع سلبية .

فالدافع .. هو بعد من أبعاد السلوك . وهو اختلاف الناس فيما يهدفون إليه في حياتهم .

والدافع .. قد يكون فطري وقويا لدى شخص وضعيف لدى شخص آخر .
والإدراك من الأشياء المرتبطة بالدافع والشعور بحالة انفعالية للوصول إلى هدف معين قد تكون الرغبة في الفهم والمعرفة والحاجات الجمالية .

والدافع .. لابد أن يكون له اتجاه في الموقف والهدف .

والدافع .. متعلق بالتكيف وهذه العملية تتضمن دافعا مثيرا وموقف إحساس وموقف نشاط واستجابة تغير الموقف من مجرد الإشباع إلى الحافز .

والدافع .. عبارة عن مؤثر قوى حتما إلى القيام بالفعل .

والدافع .. هو توجيه النشاط نحو غرض أو هدف معين .

وأخيرا .. الدافع يستثار بمؤثرات داخلية وخارجية .

فإذا جاز لنا أن نسقط ما لدينا من معرفة سياحية عنى هذه المعطيات الفلسفية فالسياحة هو سلوك من السائح نحو هدف سياحي أو مكان سياحي ويجب أن نشجع هذا السلوك بأفكار جديدة تثير لديهم الرغبة في سلوك هذا الطريق وهذه الأفكار الجديدة لا تتوقف عند مجموعة معينة من الناس بل لابد من مخاطبة مجموعات مختلفة منهم من ناحية السن فالكبار لا يستجيبون للأفكار التي يستجيب لها الأصغر سنا . والرجال يختلف الحال معهم عن النساء والرياضيون يختلف وضعهم عن المتقاعدون عن العمل والفنانون وذوي المشاعر المرهفة يختلفون عن أولئك السطحيون في أفكارهم ومشاعرهم – مع إحاطة للجميع بوسائل مبسطة تقودهم إلى فهم ومعرفة أشياء وأحداث ومعلومات لم يكن لهم بها معرفة من قبل من أحوال البلد المزار أو الذي تتجه النية لزيارته وإبراز الجماليات الطبيعية والجغرافية والمناخية والحياتية لتكون دافعا لإتمام هذه الزيارة مع وضع حوافز مادية ومعنوية أو صحية أو ثقافية أو فنية مما يعد هذا الحافز أو ذاك مؤثرا للقيام بالرحلة أو الزيارة .

ونحن لا نختلف مع هذا الرأي بصورة كبيرة وإنما هدفنا هو تفعيل وجود كل هذه الآثار والتحف الرائعة بمتاحف وميادين أوروبا وأمريكا للتنشيط السياحي إلى مصر ويوجد فكر تتبناه وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار بل تتبناه الدولة كلها ألا وهي إقامة المعارض الأثرية بالخارج سواء في اللوفر بفرنسا أو أوروبا أو بأمريكا – وهذا الفكر الذي ننادي به هو العزف بشدة على فيثارة وجود هذه الآثار بالخارج وانتسابها واصلها المصري ويتم ذلك بتكثيف الدعاية سواء بالصورة الجميلة وأفلام الفيديو والمدمجات وأن توجد هذه الدعاية بكل القنصليات والسفارات المصرية بالخارج وفي مختلف الدول وأن تدرج ميزانية مناسبة لهذه الدعاية مع عمل مسابقات ومن يفوز بها يحضر إلى مصر لزيارتها وأن يستغل الإعلام

السياحي بصورة قوية ومؤثرة وجود هذه الآثار بالخارج .

الدوافع الايجابية للعاملين في السياحة والتنشيط ..

وهؤلاء جميعا يجب أن يكون لديهم الدافعية وليس مجرد الدافعيـة ولكـن الدافعية الايجابية التي تحفزهم إلى النجاح وأول هذه الدوافع إيمانهم بعد الله سبحانه وتعالى بأن قضية السياحة قضية مصيرية وأولوية أولى لبـدلهم أولا ثـم لأنفـسهم ولأهلهم فجذور النجاح تمثل الإيمان المطلق بالله ويـأتي بعـدها الانتمـاء للـدين وللوطن وللقضايا التي تهم المجتمع وتسهم في رفعته وعلو شأنه والاعتقاد بـصحة ما يعمل من اجله والدافع الرئيسي لكل من يعمل في النشاط الـسياحي هـو دافـع داخلي كثقته في نفسه وفي أفكاره ومنطلقاته وسلوكياته الصحيحة .

بعد الإيمان والانتماء والثقة تأتي المهارة – فكل إنـسان يـستطيع وفـي مقدوره أن يكتسب مهارات جديدة وينميها ويصل إلى حد التميز بما اكتسبه من هذه المهارات وهذه المهارات لا تأتي من فراغ وإنما من خلال القراءات المختلفة والتي أصبحت محدودة للغاية ومـن خـلال البحـث المـستمر وحـضور المـؤتمرات والمحاضرات العلمية المفيدة ومشاهدة المواد الإعلاميـة بغـرض تنميـة الأفكـار وإعمال العقل وتنمية القدرة الذاتية على الفهم والاستيعاب والتحليل ثـم بعـد ذلـك تفعيل ما تم اكتسابه من مهارات وتحديد هدفه بشكل دقيق واتخاذ ما يلـزم لتنفيـذ أهدافه بالإصرار والالتزام مع الاستمرارية فالاستمرارية والإصرار والالتزام إخوة أشقاء لا يجوز التنازل عن أي منهم لتحقيق النجاح – فـالالتزام بالهـدف المحـدد يخلق داخل الإنسان إصرار على تنفيذه ويستمر في محاولاته حتى وإن لم يصادف النجاح من المرة الأولى فهناك معوقات وعقبات يمكن أن يتخطاها وذلـك بالمرونـة في الفكر ومن خلال سرعة إدراك التغييرات وأسباب المعوقات والعقبات وتحويـل مسار الفكر إلى الاتجاه الملائم لتنفيذ الأفكار ومن خلال الـصبر للوصـول إلـى طريق يقود للنجاح متخطيا الاحباطات التي تأتي من آخرين قد لا يملكون إلا رذيلة الطعن وعدم الموافقة دون إبداء أسباب موضوعية وحتى عـدم مناقـشة صـاحب الفكرة في أفكاره والانفتاح العقلي على ما يبديه فالتخيل الابتكاري هو قوام الأعمال

غير التقليدية أو النمطية لان التخيل أقوى من المعرفة وذلك لان المعرفـــة تـــستمد قوامها من الماضي أما التخيل فيجمع بين المعرفة المتراكمة فـــي الماضـــي مـــن قراءات ومعلومات وبيانات وأفكار سابقة وبين الطموح الفكري الذي يختار الحـــدود الزمنية في اتجاه المستقبل – وبذلك تصبح قدرة الإنسان على تخيل شـــكل النجـــاح دافعا قويا لإدراك هذا النجاح – وإذا حدث ولم يوفق الإنسان وسقط فليـــسقط علـــى ظهره لكي يرى الكون من حوله ويرى ما لم يستطع أن يراه مـــن قبـــل فالـــسماء ستكون مفتوحة أمامه . أما إذا سقط على وجهه فلن يبصر إلا التراب وحتـــى بعـــد أن يقوم فلن يرى ما حوله بوضوح إنما بغشاوة على عينيه – ومن المؤكد أن كـــل من يعمل مبتغيا وجه الله سبحانه وتعالى وواضعا نـــصب عينيـــه صـــالح الـــوطن والصالح العام سوف يكافأ وقد لا تكون هذه المكافأة في الحال وإنما في المآل فـــالله لا يضيع اجر من أحسن عملا .

أوجه القصور في التنشيط السياحي (الأسباب والحلول) ..

كل العالم شرقا وغربا شمالا وجنوبا حاليا ومستقبلا ومنـــذ آلاف الـــسنين كلهم مبهورون بالحضارة المصرية القديمة ومازالوا يكنون لنا كل احتـــرام بـــسبب هذه الحضارة العظيمة – ومع ذلك فإن أحفاد هذه الحضارة لا يبدون القدر المناسب من الاهتمام – مع أن جذور الإنسان – أي إنسان هي التي تدعم كيانه وتحافظ على تماسكه واستمراره . فجذورنا تضرب بعمق في تاريخ البشرية وتتوغل حتى تصل إلى أعمق الأعماق وشهود هذا العمق ظاهر على السطح وهو ليس ظهورا طفيفـــا خفيفا إنما ظهور طاغ كبير مهول فماذا أكبر من الأهرامات وماذا أبدع مـــن أبـــو الهول وماذا أروع من معابد الأقصر بل ماذا أجمل من صفحة النيل في انسيابه من الجنوب إلى الشمال حاملا معه الخير للبشر ويحمل فوق سطحه الرقراق البـــواخر النيلية تمخر عباب أمواجه الهادئة دوما بل والمراكب الشراعية ورحلاتهـــا النيليـــة وتلك الحضارة اليونانية الرومانية وذلك الكنز الهائل من الكنائس المـــسيحية وتلـــك المآذن التي ترنو إلى السماء مسبحة بعظمة الله وجمال التاريخ الإسلامي وروعتـــه على ارض مصر – أكل ذلك الذي لا يوجد في أي مكان آخر فـــي العـــالم ونحـــن

مازلنا نحبو نحو ملايين من السياح لم يصل إلى سبع عدد السكان بينما أسبانيا فاق عدد زوارها تعداد سكانها .

لم نستعمل كلمة معوقات التنشيط السياحي فالمعوقات هي التي تمنع الساعي إلى هدف من الوصول إلى هدفه ولكننا فضلنا كلمة القصور وهي تفيد معنى البطء في الحركة والقصور الذاتي هو قصور الجسم من تغيير حالة سكونا كانت أو حركة بسرعة منتظمة في خط مستقيم فالتنشيط السياحي لم يتخذ سرعة منتظمة للوصول للهدف المأمول أو المرتجى وإنما يتحرك ببطء ، ولهذا البطء أسباب ولهذه الأسباب حلول وهي كفيلة بإلغاء أسباب القصور ونعرض هنا لبعض وليس لكل أسباب القصور في تنشيط الحركة السياحية لمصر بالرغم مما لديها ولن نتعرض للاهم منها فالمهم – فقد يرى البعض أن أمرا ما أهم من الآخر ولكن المحصلة في النهاية أن كل سبب من أسباب القصور يجب البحث له عن حلول وهذه هي محصلة ما ارتأيناه من أسباب القصور .

١. قصور دور أجهزة السياحة الرسمية عند إعداد وتخطيط وتنفيذ الحملات الدعائية ..

المنصف هو من ينقد نفسه موضوعيا قبل أن يوجه مهام النقد للآخرين وهذا النقد ليس مقصودا به اتهام بالتقصير أو إهمال أو عدم القيام بالعمل بالهمة المطلوبة ولكنه تحليل موضوعي لسبب من أسباب القصور للوصول إلى نتائج مرضية – فالمعلوم والواضح أن المنتج السياحي المصري وفير وثري وهذه الوفرة والثراء تستلزم أيضا وفرة وثراء في الإعلان عنها وتقديمها للجمهور سواء كان الخارجي أو الداخلي التقديم المناسب لمكانتها لان السائح عند اتخاذ قرار زيارة بلد ما فانه يقوم بعمل مقارنة ومفاضلة بين مميزات وخصائص كل بلد أو منطقة وهذه المفاضلة أو المقارنة لابد وأن تكون مبنية على معلومات أكيدة ودعاية صحيحة وحسب تعريف الدعاية للدكتور محمد عبد القادر حاتم أنها فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير والترغيب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الأعمال أو السلوك – وعند الحديث عن الدعاية فإن فيليب كوتلر وضع مبادئ جديرة بالملاحظة وهي البحث عن أفكار جديدة لدعاية والتخطيط لوسيلة الدعاية المناسبة

مع التنسيق بين هذه الوسائل سواء كانت صحافة أو إذاعة أو تليفزيون أو وسائل أخرى مع ضرورة تحديد هدف الدعاية والقطاع الذي يوجه له وفي الوقت المناسب لإظهاره أما دونالد جيتز فهو من أول من نادى بان الأحداث الخاصة والمهرجانات تعتبر وسيلة دعاية هامة فتنظيم المعارض الدولية والاولمبيات أو المهرجانات الوطنية تعتبر جزءا لا يتجزأ من التنمية السياحية ويدخل في ذلك الخطط التسويقية التي تسعى الدولة إلى تحقيقها .

والنشاط السياحي في مصر يقوم تحت مظلة وزارة السياحة والأجهزة التابعة لها والمرتبطة بها والمتعاونة معها فالأجهزة التابعة للوزارة هي الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وهيئة تنمية السياحة والمرتبطة بها هي الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة أما المتعاونة معها فيمكن أن نذكر وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار ووزارة الإعلام ووزارة البيئة والاتحاد العام للغرف السياحية ونقابة المرشدين السياحيين والمحافظات ومجالس المدن فالسياحة ليست مسئولية وزارة السياحة فقط بل لابد من التعاون مع كافة الهيئات والجهات التي يمكن أن تفيد النشاط السياحي ومن هنا فلابد من التنسيق بين كافة أجهزة وزارة السياحة وبين كافة الجهات القائمة على تخطيط وتنفيذ الخطط الدعائية الخاصة بمصر والأسواق الخارجية ولتفعيل هذا الدور يلزم بحث زيادة عدد المكاتب السياحية الخارجية في الأسواق السياحية التي يتوقع زيادة الحركة السياحية الوافدة منها إلى مصر مع تطوير أسلوب عمل هذه المكاتب وتزويدها بالوسائل والأدوات التنشيطية اللازمة وعلى هذه المكاتب بالتعاون مع المسئولين في مصر دراسة الأسواق السياحية المختلفة دراسة علمية متأنية وشاملة قبل البدء في التخطيط للحملات الدعائية على أن تكون دراسة هذه الأسواق من حيث حجمها ومعدلات السفر ومستويات الدخول وموقعها وقربها أو بعدها عن مصر وتكاليف الطيران أو البواخر السياحية بالنسبة للركاب المتجهين إلى مقصدنا السياحي ومدى تأثير ذلك مقارنا بالدول المنافسة في المنطقة والتركيز على نوعية السائحين وأعمارهم ومستوى دخولهم وإمكانية استقطاب ذوي الدخول المرتفعة وتسهيل مهمة ذوي الدخول المتوسطة والشباب وهذه الدراسات لابد وأن يراعى فيها نوع الخطط الدعائية لكل بلد من البلدان فكل

شعب له اتجاه في رغباته ومطالبه ومغرياته التي تشده للاتجاه إلى هذا المكان أو مكان غيره وعلى سبيل المثال الفرنسيون لهم ولع بالحضارة الفرعونية وايطاليا واليونان وجنوب البحر المتوسط يميلون إلى التاريخ اليوناني الروماني – هذا من ناحية الآثار والحضارة أما من النواحي الترفيهية وسياحة الشواطئ فدول الشمال والأوروبي وروسيا يميلون إلى الشواطئ الدافئة وهكذا لابد وان تختلف الخطط الدعائية بالنسبة للأسواق المختلفة – ونرى أن تكون هناك سياسة واضحة في الدعاية وأسلوب التمويل سواء شارك فيه القطاع السياحي الرسمي أو الخاص ليكون كل ذلك تحت بصر وبرعاية الوزارة الأم – ويضاف إلى ذلك إننا إذا كنا بسبيل الوصول إلى هذه الأسواق المختلفة فليكن ذلك من خلال وصول ممثلي هذه الأسواق إلى مصر ونقصد بممثلي هذه الأسواق وسائل الإعلام الأجنبية وكبار الصحفيين والكتاب السياحيين ومقدمي ومعدي البرامج السياحية والتليفزيونية ذوي التأثير الإعلامي الجيد مع تعميق العلاقات والصلات مع كبار المنظمين للرحلات ودعوتهم لرحلات استكشافية فليس من سمع كمن رأى – مع محاولة خلق أنماط سياحية جديدة تفتح شهية المنظمين الخارجيين بقيت كلمة هامة في هذا الأمر ألا وهو تفعيل ما يسمى بالأجندة السياحية وأن تكون هذه الأجندة ثابتة التاريخ وخلق المناسبات السياحية والمهرجانات السياحية والمهرجانات الفنية المدروسة بعناية مع عدم التناحر بين الأجهزة فيمن يحظى بشرف القيام بهذه المهرجانات قبل غيره بدلا من شرف المشاركة في النجاح وهناك أمثلة عديدة حدثت وكان سبب التناحر على الظهور في الصورة يطغى على شرف المشاركة الايجابية والخاسر الأول والأخير هو سمعة أو صورة مصر السياحية .

٢. القصور في تطبيق مفهوم أن السياحة قاطرة التنمية وإنها أهم المرافق القومية ..

وتطبيقا لذلك فإن توجيهات السيد رئيس الجمهورية منذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي كانت إدراج السياحة ضمن التوجيهات التي تصدر عند تشكيل الوزارات المختلفة وقد كان التوجيه للاهتمام بالسياحة يأتي في المرتبة الحادية عشرة ثم تقدم ليحتل مرتبة متقدمة وكان لقرار رئيس الوزراء باعتبار أن السياحة

مرفق قومي بالقرار رقم ١٧١٤ لسنة ١٩٨٥ إلا أن ذلك لم يكن مؤثرا بالدرجة التي تجعل السياحة قاطرة للتنمية وأن التقدم في النشاط السياحي يرجع إلى التطورات المختلفة التي تأتي تبعا لتطور الدولة في مختلف المجالات أو النمو الطبيعي لكل الأنشطة وليس طبقا للتنمية السياحية بمفهومها الشامل .

وعلى ذلك وتطبيقا للمفهوم فانه يجب أن تختص وزارة السياحة برسم سياسة تنمية المرفق السياحي ككل على أسس اقتصادية تناسب الأنشطة المتميزة لقطاع السياحة – فقد حدث أن تدخل المحليات على وجه غير مرغوب فيه في كثير من الأحوال إلى إعاقة التدفق ومفهوم ذلك انه يجب تحديد مكانة السياحة بين قطاعات الإنتاج في الدولة وليس كقطاع خدمات فقط وأن يعتبر الإقرار السياسي للسياحة أمرا ملزما للوزارة وكافة المحافظات والأجهزة الحكومية والهيئات التنشيطية – وأن يكون تخطيط التنمية السياحية جزء لا يتجزأ من خطة التنمية الشاملة وعلى أساس إدراج الخطة العامة للسياحة ضمن مشروعات الخطة العامة للدولة – فمنذ سنوات لم تضف مناطق جذب سياحية جديدة إلا القليل – بسبب عزوف القطاع الخاص بشقيه الوطني والأجنبي عن الاستمرار في المشروعات السياحية بسبب عدم تشجيع استثمار المال العربي والأجنبي وعدم منح المزيد من التسهيلات والإعفاءات لرؤوس الأموال الأجنبية والمحلية وإطلاق يدها لتنمية المنتج السياحي غير التقليدي وكذلك السياسة النقدية وارتفاع معدل فوائد القروض التي تمنحها البنوك للمشروعات السياحية ومعاملتها معاملة المشروعات التجارية مما أدى إلى توقف بعض المشروعات نتيجة عدم إعطاء حرية الحركة ومنح التسهيلات والامتيازات لرؤوس الأموال الخاصة والراغبة في المشاركة في تنمية البلاد سياحيا وفندقيا – وقلة تشجيع وإطلاق حرية المبادرات لرجال الأعمال بالقطاعين السياحي والفندقي – ولابد من أتباع الأساليب العملية المقررة من دول أكثر تقدما وإدراكا لآليات السوق العالمي والمنظمات الرسمية العالمية التي تعطي مؤشرات للدول السياحية المتنافسة من اجل ازدهار صناعة السياحة أي يتعين أن نوجه ميزانية ضخمة للتنشيط لكي تطور صناعة السياحة في مصر – وأن يتم التركيز في الجهود التسويقية على الأنماط المختلفة الأخرى غير السياحية التقليدية

أي الثقافية رغم أهميتها لكن هناك أنماط أخرى أصبحت تستهوي قطاع عريض من السياح الأجانب منها سياحة المؤتمرات والسياحة الترفيهية وسياحة رجال الأعمال والسياحة العلاجية والسياحة الرياضية وسياحة المشتريات بل أن هناك نمطا جديدا للسياحة لم يتم تفعيله بصورة جيدة وهو سياحة النخبة وهي سياحة الشخصيات السياسية والفكرية العالمية التي تزور مصر لقضاء بضعة أيام على متن سفينة عائمة كما حدث في زيارة السيدة باربرة بوش عقيلة الرئيس الأمريكي الأسبق جورج بوش ووالدة الرئيس الحالي جورج بوش وكانت هذه الزيارة بدعوة من السيدة حرم الرئيس المصري وكذلك قضاء رئيس الوزراء البريطاني توني بلير لعطلة رأس السنة في شرم الشيخ ويمكن التوسع في هذا النوع من السياحة باعتبار أن وسائل الإعلام العالمية تتابع هذه الشخصيات المؤثرة سياسيا وإعلاميا وثقافيا وكانت هناك مبادرة طيبة بدأتها الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي في بداية التسعينيات بدعوة الكاتب اليكس هيلي الأمريكي وهو من الأمريكيين ذوي الأصول الإفريقية والذي ألف رواية الجذور التي أصبحت مسلسلا تليفزيونيا شهيرا تابعه الملايين من سكان الأرض وقد زار الإسكندرية وشاهد متاحفها وآثارها ويمكن أن يلحق بهذا الفكر القصور في تنفيذ المشروعات السياحية الترويحية على طول الساحل الشمالي الغربي – وإن كانت النية متجهة الآن إلى الاستفادة من هذا الساحل الساحر بالبدء في خلق المرغبات السياحية ووسائل الترفيه – والاتجاه إلى إقامة المهرجانات والحفلات والفنون الشعبية ووسائل الترفيه المتنوعة والاستفادة من الغابات الأسمنتية التي تم زرعها في الساحل الشمالي ليتم الاستفادة من هذه البنايات الفاخرة طوال العام بدلا من اقتصارها على بضعة أسابيع خلال شهور الصيف ولمالكي الوحدات الإسكانية فقط ولعل هذا الفكر قد بدأ في عهد وزير السياحة السابق المهندس أحمد المغربي الذي حضر افتتاح المؤتمر الرابع لكلية السياحة والفنادق بالإسكندرية الذي أقيم عام ٢٠٠٥ وكان موضوع المؤتمر "الساحل الشمالي وتنميته ليكون مقصدا سياحيا فريدا ومتميزا يضاهي أرقى المنتجعات السياحية في أوروبا وقد كان يحلو للبعض من المشاركين في هذا المؤتمر إطلاق اسم الريفييرا المصرية على هذا المقصد السياحي الجديد – ومن

هنا ومن منطلق اعتناق مفهوم أن السياحة قاطرة التنمية فلابد من تركيــز الجهــود لإنشاء مناطق جذب سياحي جديدة بإقامة منطقة سياحية متطورة وجديدة يبدأ التنفيذ فيها كل عام وعلى سبيل المثال فليكن البدء بمنطقة محافظة المنيــا الــذي يجــري العمل في متحف عالمي بها (متحف اخناتون) وذلك لثراء هــذه المحافظــة اثريــا وتنوع آثارها من العصر الفرعوني إلى العصر الإسلامي وتكثيف الإعــلام عنهــا وقد بدأ ذلك بإثارة قضية تمثال نفرتيتي الموجود بألمانيا وطلب السلطات المــصرية أن تعود إلى موطنها الأصلي في زيارة مؤقتة وذلك أثناء افتتــاح متحــف المنيــا وعودتها مرة أخرى إلى محل إقامتها القسري التي أجبرت على الإقامة فيــه منــذ عام ١٩١٣ فبعد اكتشاف هذه القطعة النادرة والجميلة عام ١٩١٢ وقام الألمان بعــد عمل قسمه للآثار بين مصر .وألمانيا في خيمة تل العمارنة – وأن مصر طلبت من هتلر إعادة التمثال ووافق في البداية حيث لم يكن قد شاهده إلا انــه بعــد مــشاهدة التمثال وقع في غرام الملكة المصرية ورفض إعادته – أما الحديث عن نهر النيــل باعتباره مرفقا قوميا فنهر النيل يستحق أن يفرد له مبحث خاص .

ولابد من استصدار تشريع واضح وحاسم باعتبار أن السياحة مرفق قومي وتفعيل قرار السيد رئيس الوزراء وتحديد الاختصاصات لكــل مــن المحافظــات والهيئات العاملة في المجال السياحي وأن يتركز دور المحافظات علــى اســتثمار الخبرات والإمكانات المحلية – ولابد من تعديل اختصاص المجلس الأعلى للسياحة وكذلك تشكيله بحيث يكون له دور في التنسيق بين الجهات الرسمية وغير الرسمية التي يتصل نشاطها بالسياحة بما يؤكد فاعليته ودوره في السياسة العامــة للــسياحة ويلزم أيضا توحيد الجهات المعنية لشئون السياحة والفنادق فــي جهــاز مركــزي موحد يختص بإصدار التراخيص المتعلقة بالمنشآت السياحية والفندقية والإشــراف على الأراضي المخصصة للسياحة ودراسة مشروعات الاستثمار السياحية والقيــام بعمليات التسويق الاستثماري وإعداد دليل يتاح للكافــة الحــصول عليــه يتــضمن التشريعات والقرارات المتعلقة بتنظيم النشاط السياحي ويوضح الإجراءات اللازمــة لممارسة هذا النشاط والعمليات النقدية المرتبطة به في خطوات واضــحة ومحــددة ونحن هنا لا نغفل الدور الذي تقوم به وزارة السياحة وهيئة التنمية الــسياحية فــي

معاونة الأفراد وشركات القطاع الوطني التي تنشئ مشروعات جديدة في مناطق سياحية جديدة أو نائية بإعطائها الأرض لعدة سنوات بإيجارات اسمية على أن يتم الدفع بأسعار وآجال مناسبة ، وأخيرا يجب دراسة إمكان إدخال السياحة كجزء من الصفقات المتكافئة التي تعقد بين مصر والدول الأخرى وخاصة دول السوق الأوروبية المشتركة باعتبار أن السياحة سلعة يمكن أن تباع وتشترى .

٣. القصور في التسويق السياحي ..

مع بداية القرن الحادي والعشرين يواجه التسويق السياحي سلسلة من التحديات لم يواجهها من قبل –تحديات اقتصادية داخلية وخارجية وتحديات اجتماعية للتنمية الشاملة وتحديات سياسية وحيث أصبحت السياحة من أهم الروافد للدخل القومي والعملات الأجنبية – ومن الواضح أن هذه التحديات سوف تستمر حتى تتحقق التنمية الشاملة – وبالرغم من أن أساتذة العلوم السياحية والأكاديميين والخبراء العلمين كتبوا كثيرا وكان موضوع هذه الكتابات مجالات التسويق السياحي والسوق السياحي والطلب السياحي والعرض السياحي واستراتيجيته والعوامل المؤثرة على الطلب السياحي وأهمية التسويق باعتباره علم وفن – كما تعرضت الكتابات لموضوع تخطيط التسويق السياحي من حيث الخدمات وأسعارها ومنافذ التسويق والعمالة وإجراء البحوث التسويقية – والدول المصدرة للسياح وسياسة التسويق السياحي والعوامل المؤثرة على التسويق للمنشأة السياحية والعديد من الموضوعات التي تدور في فلك التسويق كعلم هام من العلوم المؤثرة في النهضة السياحية لأي دولة ولكننا هنا نعرض للجهود المبذولة من وزارة السياحة لمزيد من التسويق – وحتى لا يكون هناك قصور في احد أهم العناصر المؤدية إلى التنشيط السياحي .

فالملاحظ وما يلفت النظر خلال العشر سنوات الماضية أن المنظمات والشركات السياحية الموجودة في مصر لا تقوم بالنشاط التسويقي كما يجب أن يكون لأنها وجهت كل إمكاناتها في إيجاد مزيد من المنتج السياحي الترفيهي دون دراسة جدية إحصائية للسوق العالمي والإقليمي والمحلي ولم يتم الاستعانة حتى

الآن بالمنظمات الدولية الأوروبية في مجالات التسويق للاستفادة من خبرتها الطويلة والتي تستحوذ بشكل دائم على نسبة تتراوح بين ٦٠-٧٥% من حجم السياحة الدولية _٣٥٥ مليون سائح) ومن الضروري أن تستعين الشركات المصرية بشركات التسويق العالمية وخاصة الأوروبية التي تجتذب أكثر من ثلثي عدد السياح الدوليين أو أن تستعين بالشركات والمنظمات الأمريكية التي تحتل المركز الثاني بعد أوروبا من حجم حركة السياحة وحيث تصل نسبتها إلى حوالي ٢٢% (١٥ مليون سائح) والحقيقة التي لا مفر منها أمام كل من يعمل بصناعة السياحة أن التسويق في مصر ينقصه العناصر التالية :

١. إعداد وتهيئة المنتج السياحي بحث يكون في كل ابعاده المنظورة متسقا مع رغبات السوق السياحي الدولي والإقليمي والمحلي .

٢. التعريف العلمي الصادق بالمنتج السياحي المتاح من خلال البيع والإعلان وتنشيط المبيعات وأن تقوم الدعاية السياحية بدور فاعل ومؤثر في الدول الأوروبية والأمريكتين .

٣. وضع التقييم الفعلي المناسب للمنتج السياحي وتسعيره بحيث يحقق رضاء طرفي عملية المبادلة .

٤. التفكير السريع والجاد لإيجاد منافذ البيع المناسبة والتي يمكن من خلالها تيسير توفير المنتج السياحي في الزمان والمكان المناسبين وبعد دراسة احتياج السوق – من منطلق أن السائحين هم سبب النشاط الذي تقوم به الشركات والمنظمات السياحية على مختلف أنواعها ولا شك أن التسويق الجيد يؤدي إلى إنعاش النشاط الاقتصادي ويحقق الحصيلة التي تحسن ميزان المدفوعات ويغطي جزء من الواردات ويسهم في تسديد مديونية الدولة – كما أن التسويق يساهم بقوة في تنشيط الحركة الاستثمارية نتيجة ظهور الحاجة إلى العديد من المشروعات السياحية المتكاملة والتي يخبرنا السوق باحتياجه إليها ، ومن ثم تتدفق رؤوس الأموال الأجنبية والمحلية لإقامة هذه المشروعات والأهم في ظروفنا المعاصرة ستتولد فرص عمل كثيرة للبطالة من الشباب .

نصل إذن إلى أن التسويق السياحي هو تلك الجهود التي تبذل لتعريف المنشآت السياحية بالإمكانات المتاحة في السوق السياحي على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي في وقت معين وتوفير أفضل الظروف لتحقيق الأهداف المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة وبأعلى درجة من الأداء والكفاءة .

ويلاحظ أن كلا من التسويق والمنتج السياحي متداخلين بمعنى أننا لا نستطيع إلا تسويق المنتج السياحي المرغوب ولا نستطيع إلا إنتاج المنشآت السياحية والخدمات التي يمكن تسويقها. وعليه يكون منطقيا أن نفكر في التسويق على انه النشاط الذي بواسطته يمكن أن تصل الخدمات والمنتج السياحي إلى الأسواق المختلفة – والحقيقة أن اغلب الشركات السياحية تتبع سياسة تنميط المنتج السياحي كي تستفيد من الوفورات الاقتصادية الناشئة عن هذه السياسة – لذلك غالبا ما تقرر إدارة المنشأة السياحية إنتاج منتج سياحي له مواصفات وخصائص تتراوح بين ما يفضله السائح وما تستطيع أن تنتجه بأقل تكلفة ممكنة – بمعنى آخر أن المشكلة في التسويق السياحي تجمع بين التسويق والمنتج السياحي فالشركات تتجه إلى منتج سياحي ثم تسوقه وبه اكبر ما يمكن من خصائص ومواصفات مطلوبة ومرغوبة من السياح شريطة عدم التضحية بالتوفير الاقتصادي كلما أمكن والسياح هم الهدف النهائي لكل النشاط التسويقي – ولذا فإن نشاط التسويق يتضمن خلق المنفعة المكانية والزمنية والحيازية (نقل الخدمات إلى السياح) .

ونصل الآن إلى الدور الذي يمكن وزارة السياحة والهيئات المعنية أن تقوم به لمزيد من التسويق للحد من القصور في التسويق السياحي وجهود الوزارة والهيئات المختلفة يجب أن :

١. تركز على تكثيف الجهود التنشيطية والترويجية والتسويقية للقطاع السياحي المصري الرسمي والخاص في جميع دول العالم طبقا لخطة مهنية شاملة تتضمن الأسواق المستهدفة والأدوات الترويجية والبرنامج الزمني وتقديرات النفقة وعوائدها .

٢. تكثيف الجهد الترويجي والدعائي والإعلاني والتسويقي في الأسواق الأوروبية

والآسيوية الأقل تأثرا بالتطورات الأخيرة في منطقة الشرق الأوسط مثل ألمانيا والدول الاسكندنافية وسويسرا وروسيا ودول الاتحاد السوفيتي السابق ودول أوروبا الشرقية والصين .

٣. تنمية السياحة الداخلية من خلال إجراء خصومات في أسعار الإقامة الفندقية ومنح أسعار تشجيعية من الشركات المصرية وتنشيط سياحة المجموعات للمصريين .

٤. وقف أي زيادات في الأعباء والرسوم مقابل الخدمات المفروضة على النشاط السياحي في وقت تقوم فيه الدول السياحية بدعم هذه الصناعة في أوقات الأزمات خاصة .

٥. تعزيز الحركة الجوية والجهد الترويجي ودعم الطيران العارض .

٦. توفير التسهيلات المصرفية لمشروعات الاستثمار السياحي .

٧. ضرورة الحد من الرسوم والضرائب على الأنشطة السياحية لمعادلة الزيادة التي طرأت في رسوم التأمين على النقل الجوي والبري للمنطقة العربية – حث أن مصر تحتل المركز الخامس في قائمة اكبر ٥٠ دولة تعاني من زيادة الضرائب على السياحة كما أن الزيادة في الرسوم على النشاط السياحي في مصر بلغت ١٧% في عام ٢٠٠٢ .

٨. التوسع في إقامة مهرجانات السياحة والتسوق بصورة مختلفة فهي تحقق المزيد من الجذب السياحي لمصر خاصة من الأخوة العرب – كما أنها تحقق تنشيط الحركة التجارية وزيادة العمل الجماعي – حيث تشارك أجهزة كثيرة من الدول وتتعاون مع القطاع الخاص – ويحقق إقامة المهرجانات زيادة في الحركة السياحية الوافدة إلى مصر .

٩. تشجيع الاتحاد المصري للغرف السياحية على إقامة المزيد من المشاريع الطموحة لتدريب جميع العاملين في القطاعات التي تتعامل مع الجمهور في الفنادق والقرى السياحية للارتفاع بمستوى الجودة للخدمات السياحية والتي

أصبحت العنصر الحاسم في المفاضلة بين المقاصد السياحية العالمية .

١٠.زيادة الجهد التسويقي والترويجي في السوق العربي بشكل خاص والذي يشكل دائما أداة صلبة للسياحة المصرية لا تتأثر بأزمات إقليمية أو دولية وتكون أسبابها عادة ناجمة عن جهل بحقيقة الأوضاع المصرية أمنا واستقرارا وجذبا سياحيا وحفاوة وتسهيلات خاصة بالعرب وتقديم برامج سياحية شاملة يتم من خلالها منح أسعار خاصة ومنخفضة للمجموعات وللعائلات والأفراد .

١١.ضرورة تطوير التعاون السياحي بين الدول العربية نظرا لأهمية السياحة من الناحية الاقتصادية بالنسبة لدول العالم اليوم وكذلك من الناحية الإنسانية والسياسية ، مع وضع إستراتيجية للسياحة العربية لتمكينها من المحافظة على الصمود أمام التحديات وهي البحث عن الوسائل المناسبة التي تجعل من السياحة العربية الاختيار الأول للسائح العربي واعتماد برامج لتطوير التعاون السياحي بين دول الأقاليم السياحية في العالم العربي من منظور استراتيجي .

١٢.تنمية المقاصد السياحية الإقليمية وتنويع منتجاتها بما يساعد على قضاء العرب إجازاتهم داخل الإقليم العربي والحد من سفرهم للخارج وتوفير المعلومات اللازمة عن مواطن الجذب السياحي بالمنطقة وإتاحتها في مختلف وسائل الإعلام – والحفاظ على توازن الأسعار بصورة تدعم القدرة التنافسية للمقصد السياحي العربي وتحفيز القطاع الخاص السياحي وشركات الطيران على تقديم برنامج سياحي بأسعار جاذبة تسهم في تنشيط حركة السياحة العربية وتكثيف عمليات التسويق لها من خلال الوجود في البورصات والأسواق والمعارض السياحية العربية .

١٣.تخفيف القيود على الطيران داخل الإقليم العربي وتوفير التسهيلات الإدارية والإجرائية اللازمة لاستقبال السائحين العرب وتشجيع حركة النقل البري والبحري – ودعم شبكة الطرق البرية بنقاط خدمات وتيسير إجراءات العبور وإنشاء المراسي البحرية .

١٤.إعداد برامج للتسويق السياحي تقوم على التنسيق الكامل بين جهود أجهزة السياحة الرسمية لوزارة السياحة ومؤسساتها والمنشآت التسويقية وذلك بهدف الاستفادة إلى أقصى حد ممكن من أعمال الدعاية والترويج السياحي التي تتم في الخارج لاجتذاب السياح من كل بلدان العالم وأن يكون هناك إستراتيجية للتسويق تتسم بالشمول والتكامل .

٤. القصور في مواجهة اللاوعي – العام بالنسبة للسياحة ..

تحدثنا عن الوعي باعتباره احد أهم منطلقات أو ركائز التنشيط السياحي – والوعي في تعريفات أساتذة العلوم السياحية هو توافر ذلك القدر من المعلومات والخبرات والمعارف التي تجعل الفرد يشارك مشاركة ايجابية في عملية التنمية السياحية والتي تجعله يستفيد من الآثار الايجابية للسياحة وتجنب الآثار السلبية حيث يعمل الوعي على إمداد الفرد بالمعلومات والخبرات والمهارات والمعارف ويحدد الواجبات الأخلاقية وينهي عن السلبيات والأخطاء الشائعة ، والوعي ليس مسئولية جهة ما أو وزارة أو هيئة بعينها بل مسئولية كل فرد في المجتمع بصورة مختلفة سواء كانوا مواطنين عاديين ولا اتصال لهم بالعمل السياحي أو عاملين في القطاع لتتضافر الجهود – جهود الجميع لتحقيق هدف واحد هو رفع المستوى فيما يتعلق بالوعي السياحي لخلق مجتمع جاذب للسياحة وليس طارد لها .

ولكن القصور في اللاوعي يمثل سفينة في عرض البحر تواجه عواصف وأنواء وقائد هذه السفينة هو وزارة السياحة وعليها أن تصل بهذه السفينة إلى بر الأمان أو أن تبتلعها الأمواج المتلاطمة وركاب هذه السفينة هم كل من يعمل في القطاع السياحي والمؤسسات التعليمية بكافة مراحلها ووسائل الإعلام المختلفة والأجهزة المرتبطة عملها بالسياحة – كالوزارات – المرور – الجمارك – المرشدين السياحيين – العاملون في مجال السلع السياحية والتذكاريات والعاملون في المواقع الأثرية والسياحية المختلفة – وربان السفينة هنا – أي وزارة السياحة – هي التي تعطي توجيهاتها وتعليماتها لكل من في السفينة بكي يعي كل من فيها قيمة ما للسياحة من اثر ايجابي على حياته وعلى مستقبله ومستقبل الأجيال القادمة –

ولا نقول أن وزارة السياحة ستتولى أمر الوعي في المؤسسات التعليمية أو وسائل الإعلام أو العاملون في المطارات أو الجمارك أو باقي الهيئات والجهات وإنما عليها استحداث إستراتيجية لنشر الوعي السياحي بالتوازي والتقابل مع الإستراتيجية التفصيلية لكل جانب من جوانب التنمية السياحية وان تتلازم إستراتيجية الوعي السياحي مع إستراتيجية التعليم والتدريب وحماية البيئة إلى آخر المعطيات التي تؤدي إلى تحسين الصورة السياحية مع ربط كل هذه الاستراتيجيات بعضها ببعض ليكون هناك تكامل استراتيجي وأن تكون هدف الاستراتيجيات المتكاملة مفصلة وأن تكون أكثر تحديدا من السياسة العامة بحيث تتضمن الأهداف المطلوبة والأساليب المفروض اتخاذها لتحسين الصورة السياحية من خلال برامج عمل واضحة ومفصلة ومرتبطة بإطار زمني وأن يخصص لهذه البرامج كل الموارد الفنية والإدارية والمالية والوصول بذلك إلى خطط عامة ثم خطط إقليمية وقطاعية وأن تتسع هذه الخطط لتكون خطة قومية تحصر وتعبئ الموارد والطاقات الموجودة في المجتمع ككل ، إن الدور القائد والمرشد الواعي لوزارة السياحة وهيئاتها في مواجهة اللاوعي السياحي العام ينطلق من مكاتبها والى المتعاملين معها فهم الأولى بأن يواجهوا هذا القصور فكل مكاتب وفروع وأجهزة وزارة السياحة لابد وأن تكون القدوة وأن يتوافر بها ولديها كل المواد الإعلامية والإعلانية الخاصة بالوعي السياحي – ثم بالتعاون مع الاتحاد العام للغرف السياحية وغرف السياحة والفنادق والشركات والعاديات والسلع السياحية هذا التعاون إذا وصل للمتعاملين مع هذه الجهات وقبلهم العاملين فيها ستتسع حلقات الوعي – الفنادق لها دور وشركات السياحية لها دور وكل العاملين لهم دور في هذا الأمر – والعلاقات دائما مع الكبار توصف بأنها كبيرة فوزير السياحة مع وزير الخارجية يستطيعان أن يوجهوا العاملين في السفارات المصرية والقنصليات بالخارج لتقديم نشرة جميلة مصورة بها معلومات شيقة عن مصر وتعطي مجانا لكل طالب تأشيرة دخول للبلاد – مكاتب شركة مصر للطيران تقدم أفلاما أو C.D بالفيديو لكل مشتري تذكرة سفر على طائراتها – وزير السياحة مع وزير الداخلية لتوجيه ضباط السياحة والجوازات لأسلوب معاملة السائح والاحتفاء به وتسهيل

مهمته وإنهاء إجراءات وصوله بيسر وسهولة دون ما تعقيدات روتينية وزير السياحة مع وزير الثقافة لتعميم التوجيهات للعاملين في المتاحف والمناطق الأثرية وهم من ينظر السياح إليهم على أنهم أحفاد أحفاد الفراعين الذين يشرحون تاريخهم للسياح – فكل السياح الأجانب يتخيلون أن امناء المتاحف أو المرشدون السياحيون يحملون الجينات الوراثية للفراعنة فعليهم أن يثبتوا لهؤلاء السياح أن ما وصل إليهم من جينات من الأصول هي الجينات الطيبة التي حملها الأجداد وابهروا الدنيا من عهدهم حتى العهد الحاضر بما خلفوه لنا من تراث وحضارة فلو لم يكونوا يحملون أرقى الصفات ما أنتجوا أروع ما تلقيناه عنهم وزير السياحة ووزير الإعلام وهو الأمين على تشكيل وجدان الشعب وأفكاره – فالمواد الإعلامية والمعلومات التي يتم بثها من خلال شاشة التليفزيون أو على موجات الأثير ويجب أن يتم التركيز على النقاط التي تمس المظهر العام للدولة كرفع مستوى النظافة في المدن والقرى بوجه عام وفي المناطق السياحية بوجه خاص وفي الطرق المؤدية إلى المواقع الأثرية – وزير السياحة ووزيري التعليم العالي والتربية والتعليم – يطرح على سيادتهم البرامج المتكاملة لتدريس السياحة وآثارها الحضارية والثقافية والاقتصادية والسياسية كمادة تدرس بمختلف مراحل التعليم على أن يتم تحديد الإطار الدراسي العام لكل مرحلة وبحيث يتراوح بين الثقافة العامة في المراحل الأولى وبعض الموضوعات السياحية في المرحلتين الإعدادية والثانوية وعلى أن يتم التركيز في مرحلة التعليم العالي – وكل الكليات تستطيع أن تركز بعض المعلومات السياحية في منهاجها فكلية السياحة هي الكلية التي يدرس بها كل العلوم السياحية وكلية التجارة يمكن أن تشمل الدراسة بها التسويق السياحي والإدارة السياحية وكلية الهندسة يدرس بها التخطيط العمراني السياحي والمشروعات السياحية والبيئية وكل علم له قواعده ومناهجه وأصوله – وزير السياحة ووزير البيئة للحفاظ على البيئة والمحميات الطبيعية – وهكذا كل وزارة يمكن أن تسهم بفعالية في نشر الوعي السياحي – وقد يقول قائل كل هؤلاء الوزراء ليس لديهم إلا الاجتماع مع وزير السياحة لبحث ما يخص وزارته والإجابة إننا نعرف جيدا مسئولية الوزراء وضيق وقتهم والأمر لا يستغرق أكثر من ساعة واحدة فعندما يجتمع وزير السياحة مع أي

من السادة الوزراء الآخرين لن يبحثا معاً الوسائل والطرق والأساليب والموازنـات أو الاستراتيجيات – بل سيقدم السيد وزير السياحة الدراسات التي أعـدت بمعرفـة الخبراء سواء في الوزارة أو السادة الأكاديميين وهذه الدراسات يوجهها الـوزير المختص إلى المسئولين التابعين له مع تخصيص مسئول على درجة عالية من تفهم الأمر بحيث يتم إعداد برنامج زمني يمثل التوقيتات المثالية لاستخدام أساليب يمكن معها نشر الوعي السياحي على المستوى العام خلال فترة زمنية محـددة وبحيـث ننتج رد فعل ايجابي لدى السائح الذي يزور بلدنا وإن ننسى لا ننـسى المحافظـات والتي عليها مسئولية كبرى خاصة فيما يتعلق بالنظافة العامة والتـشجير وإصـلاح الطرق الداخلية داخل المدن .

ونستشهد بما أورده الأستاذ سيد موسى في مؤلفه كتابات سياحية جـزء ٢ – أن العاملين في المجال السياحي يعلمون جيدا انه لا يوجد سائح يتجه إلى منطقـة ما لمجرد أن بها فندقا فاخرا أو لان المواصلات إليها ميسرة أو رخيـصة فالفنـدق ليس هو المستهدف ولا الهدف هو الاستفادة من مزايا معينة في وسائل النقل وإنمـا يتجه لمنطقة استطاعت أن تكون لنفسها صورة سياحية Tourism Image طيبـة وهذه الصورة هي التي تؤدي إلى بيع غرف الفنادق ومقاعد وسائل النقل وهي التي تؤكد للسائح انه سيمضي وقتا طيبا – وكل من الإعلام والدعاية والعلاقات العامـة تمثل أدوات كفؤه لرسم الصورة السياحية الايجابية لأي دولة ومقولة جـان جـاك روسو : أن معرفة منطقة ما لا تتم إلا برؤية الأشياء مـن خـلال النـاس الـذين يعيشون في هذه المنطقة – أي أن الإنسان والمكان هما أصل الـصورة الـسياحية لوجدنا أن تعميق الوعي السياحي لدى كل إنسان أو مواطن ستجعل القـادم يـشعر بان إنسان هذا المكان واع ويهمه أمر بلده وتنطبع في مخيلة هـذا القـادم صـورة طيبة عن أهل البلد الذي يزوره أما المكان فهو هدف القادم لرؤية والاستمتاع بمـا يشاهده سواء كان اثريا أو سياحيا أو ترفيهيا أو بيئيا وهنا لابد مـن الاهتمـام مـن الإنسان بالمكان لخلق الصورة السياحية المتكاملة والتي إطارها الإنـسان والمكـان في هذا الزمان .

ومن هذا المنطلق نستطيع أن تقرر أن هناك ضعفا في الدور الذي تقوم به الأجهزة السياحية المختلفة لنشر الوعي السياحي سواء للمواطنين العاديين أو حتى المرتبط عملهم بالأنشطة السياحية وقد يكون هذا الضعف نتيجة قلة الموازنات المرصودة للقيام بهذا الدور وعدم الاهتمام في المؤسسات التعليمية بالثقافة السياحية العامة – وقصور المؤسسات السياحية وبعض الأجهزة في القيام بدورها في عقد ندوات ودورات تدريبية وتأهيلية للعاملين في المجال السياحي حتى لا يفتقد العنصر البشري المؤثر في هذا المجال للخبرة والكفاءة والقدرة على الأداء المتميز الواعي بقيمة ما للسياحة من اثر من إثراء الحياة السياحية بكل ما تستحقه .

٥. القصور في الوعي البيئي ..

الاهتمام بالبيئة لم يصبح ترفا ومن يهمل البيئة فقد فقد احد أهم مقومات حياته والحفاظ على البيئة أهم قيم التحضر الاجتماعي على الإطلاق لأن الأضرار البيئية لا يقتصر اثره على فرد أو مجموعة من الأفراد بل يضر المجتمع كله – والاعتداء على البيئة اعتداء على النظام الاجتماعي باعتبار أن الحفاظ على البيئة يمثل تراثا هاما للإنسانية أما بالنسبة للسياحة فتوجد علاقة تلازم واضحة بين البيئة والسياحة وتتسم هذه العلاقة بالايجابية المطلقة بما تقدمه البيئة للسياحة من مغريات سياحية وطبيعية واجتماعية متنوعة لا حدود لها ولا حصر لها – كما توجد في الوقت نفسه علاقة سلبية بما تتعرض له السياحة من أضرار نتيجة عدم احترام البيئة فهنا سيكون هناك تنافر بين السياحة والبيئة .

وتعريف البيئة في ابسط صورها هي كل ما هو خارج عن كيان الإنسان وكل ما يحيط به من موجودات فالهواء الذي يتنفسه الإنسان والماء الذي يشربه والأرض التي يسكن عليها ويزرعها وما يحيط به من كائنات حية هي في حقيقة الأمر عناصر البيئة التي يعيش فيها وهي كذلك الإطار الذي يمارس فيه حياته ونشاطاته المختلفة فمفهوم البيئة هي الوسط المحيط بالإنسان والذي يشمل كافة الجوانب المادية وغير المادية – كما عرفت البيئة أيضا بأنها كل العناصر الحياتية التي توجد حول وعلى داخل سطح الكرة الأرضية من طاقة وهواء ومياه

وحيوانات ونباتات ومجتمعات إنسانية وأصبح علم البيئة هو العلم المتكامل للإنسان والطبيعة ويعتبر الإنسان هو العنصر الوحيد في النظام البيئـي الـذي يـستطيع أن يسبب خللا أو اضطرابا عن إدراك في التوازن البيئي باستخدام معارفـه العلميـة والفنية المتطورة بسرعة وبهذه الطريقة فانه يحسن ظروفه على حـساب كائنـات ترتبط بالدرجة الأولى بسلوك الإنسان وتفاعله مع البيئة والتدهور البيئي ومـا نـتج عنه من مشكلات تهدد الإنسان وسائر الكائنات .

وهنا لابد من التأكيد والاعتراف بأن البيئة تعتبر جـوهر أو لـب المنـتج السياحي – كما أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على بقاء مغريات بيئـة المقـصد السياحي الذي يرغب الأفراد في رؤيتها والتمتع بها ولذا أصبح الحفاظ على البيئـة هو محور التنمية السياحية وانطلاقا من هـذا المفهـوم وأخـذا فـي الاعتبـار أن المقومات البيئية من أهم عوامل الجذب السياحي في مصر – فقـد شـاركت وزارة السياحة – جهاز البيئة – التي استعانت بخبراء البيئة الدوليين في سن بعض أحكام القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ بشأن حماية البيئة المـصرية وجعلهـا مقـوم جـذب متواصل للحركة السياحية الوافدة إلى مصر فالسياحة باعتبار أنها اكبر صناعة في العالم يعتمد استمرار نشاطها وتزايده على بقاء مغريات بيئة المقصد السياحي .

ومن هنا وبعد ما تم إيضاحه من أهمية الحفاظ على البيئة للاستمرار فـي تنمية الجذب المتواصل للحركة السياحية الوافدة لابد وأن يكون هناك وعـي بيئـي فالسياحة لا تزدهر في ظل بيئة ملوثة بل أنها أي البيئة الملوثة قد تؤدي في النهايـة إلى انكماش الحركة السياحية ويصاحب ذلك خفض حجم الأعمال الفندقية وهبـوط حركة الملاحة البحرية والجوية من والى البلاد وتكون النتيجة الحتمية لذلك فقـدان مصدر دخل كبير من النقد الأجنبي – ولذلك فقد تدخلت وزارة السياحة في مجـال الحفاظ على البيئة بإصدار مجموعة من التعليمات البيئية المستديمة لنوادي الغوص ولشركات السياحة التي تعمل في رحلات السفاري أو مجال صيد الطيور وتعليمات مستديمة للمطاعم والفنادق العائمة وعلى ذلك ومن هذا المنطلق فإن الوعي البيئـي لابد وأن يكون منهج عمل جاد وأن يبـدأ ذلـك بالمـدارس الإعداديـة والثانويـة

والجامعة بإلقاء المحاضرات أو تضمين المناهج الدراسية مفـاهيم البيئــة وكيفيــة الحفاظ عليها وأن تهتم وسائل الإعلام ومختلف الوزارات والهيئات التي لها صــلة بالسياحة كوزارات الثقافة والإعلام والتنمية المحلية والإسـكان كـل فـي مجالهـا بإصدار توجيهات ومؤشرات لكافة السياسات الإدارية بأهمية الحفاظ علـى البيئـة وخلق الوعي البيئي ليس بالأمر المستحيل كما انه ليس بالأمر السهل والميـسور إلا إذا اتخذت إجراءات جادة للحفاظ على البيئة ليس من اجل السياحة فقط ولكن مـن اجل الإنسان المصري أولا الذي يتأثر ويؤثر في البيئة المحيطة به .

٦. القصور في حماية نهر النيل ومشاكل النقل النهري ..

الشعب المصري قلبه النابض اسمه النيل فهو شـريان الحيـاة الرئيـسي وقديما قالوا أن مصر هي هبة النيل – لكن عند الحديث عن نهر النيل فإننـا نجـد شجونا كثيرة مصدرها ما وقر في قلب المصريين من أن النيل هو صاحب أجمـل الذكريات لدى كثير من فئات الشعب وهو الذي يذكرنا بأن الـسياحة النيليـة فـي الزمن الماضي كانت هي الروعة وكانت هي السحر والخيال – كل الدول السياحية لديها بحار وشمس ورمال ولكن مصر وحدها في العـالم لـديها النيـل – المنـتج السياحي الفريد الذي يحدث في النيل ومع النيل يجعل الإنسان بتحـسر علـى مـا يحدث معه من إهمال وقصور رهيب في حمايته – أن مسئولية حماية نهـر النيـل من التعديات والإهمال البيئي له مسئولية كل فرد – بدءا من أطفال القرى وسـيدات الفلاحين والمزارعين ووصولا إلى موظفي وزارة الموارد المائية حتـى الـوزير ومرورا بكل محافظي مصر من أسوان حتى الإسكندرية ووزارة البيئة بل كل مـن يحب مصر عليه أن يضع نيلها في سويداء قلبه وفي مقلتي عينيـه وهـذه ليـست كلمات عاطفية ومشاعر إنسانية ولكنها الواقع الذي يجب أن يعيه كل مـن يعـيش على ارض مصر ويشرب من نيلها ويرتوي من عطائه لكل إنسان مـشاكل النيـل تبدأ بالاعتداء عليه بإلقاء المخلفات الملوثة لمياهه سواء كانت هذه المخلفات صـلبة أو سائلة وصولا إلى الصرف الصناعي والكيماويات مرورا بالقمامة فمجرى النيل في حاجة إلى تطهير وتوسيع وتطوير – كيف لم يتفتق ذهن أي فنان تشكيلي علـى

أن يتم الاهتمام بضفتي النيل بغرس مزروعات وأشجار وحتى أشجار الفاكهة المثمرة – كيف لا توجد لدى المسئولين رؤية الاستعانة بالفنانين التشكيليين لتجميل النهر – يجب وقف القصور في حماية نهر النيل من الاعتداء عليه هذا الاعتداء السافر من كل من يستفيد منه – كيف لا يتكاتف الجميع لعودة نهر النيل إلى ما كان عليه في الزمن الجميل . لتعود إليه الرحلات الساحرة والجاذبة لعشاق الهدوء والجمال والتمتع بالمنظر الخلاب أما الحديث عن المشاكل التي تتعرض له البواخر والفنادق العائمة فهي كثيرة – نستطيع أن نحصر منها :

١. عدم وجود الأماكن الملائمة لرسو البواخر فخلو الأماكن السياحية التي يجب السائحون زيارتها تخلو من المرسى الملائم المجهز بمعدات الرسو وما تحتاجه هذه المراسي من مخازن للتموين سواء الوقود أو المأكولات أو المشروبات والمياه الصالحة للشرب ثم بالطرق الممهدة التي تصل هذه المراسي بأماكن زيارة السائح للمواقع الأثرية والسياحية .

٢. الملاحة ليلا في النيل مخاطره حيث لا توجد علامات مرور أسوة بالأنهار الملاحية الكبيرة إنما الاعتماد على العنصر البشري الذي يقود الفندق العائم أو الباخرة – ولذلك تستغرق الرحلة وقتا أطول وتزيد بالتالي مصاريفها ويحجم السياح عن القيام بها ، ويتصل بعلامات المرور عدم وجود إضاءة على طول مجرى النيل – وهذا المجرى يوجد به بعض المناطق الضحلة الأمر الذي يؤدي إلى تعطل الملاحة في كثير من الأحيان .

٣. لابد من وجود مركز قيادة وسيطرة مزود باجهزة الاتصالات لربط كل السفن العائمة بهذا المركز الذي لابد وأن يتوافر به شاشات مركزية تحدد الباخرة أو البواخر العائمة خلال مرحلتها عبر النهر وحتى نقط وصولها – وارتباط هذه المراكز بشرطة المسطحات المائية .

٤. السدة الشتوية التي تنتج عن تقليل المياه من خلف السد العالي مما يؤدي إلى انخفاض منسوب المياه خاصة في فصل الشتاء الذي يتزامن معه الإقبال السياحي على الجنوب لما يتميز به من شمس دافئة وجو صحو وهذه السدة

الشتوية تعوق البواخر السياحية الكبيرة من القيام برحلاتها .

٥. هويس إسنا الجديد يجب الانتهاء منه حيث بدء العمل فيه منذ ثلاث سنوات ولم يتم الانتهاء منه وذلك لحل مشكلة البواخر أو الفنادق العائمة أمام الهويس القديم الذي تضطر البواخر أحيانا للانتظار أمامه ساعات طويلة ويضيع عليهم جزء كبير من البرنامج المعد لهم أو يفقدوا مواعيد رحلاتهم بالطائرات .

وعلى ذلك فإن وزارة السياحة عليها المسئولية الأكبر نحو استعادة نهر النيل لمكانته العالمية كأحد المنتجات السياحية الفريدة فالسياحة النيلية احد أهم المقومات للتنشيط السياحي أو الجذب لسياحة السحر والخيال – والسياحة النيلية من أكثر أدوات التنمية وتوفير فرص العمل لأبناء الصعيد – وعلى وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي إطلاق حملات دولية لتنشيط السياحة النيلية فمصر فقط هي التي تمتلك النيل سياحيا وعليها أن تفرض على هذه السياحة اكبر قدر من الرقابة والمتابعة – خاصة فيما يتعلق بأسعار الرحلات التي تدنت كثيرا عما كانت عليه وارتفاع الأسعار للرحلات النيلية يجب أن يتلازم معها تقديم خدمات جيدة ويجب فتح أسواق جديدة لهذه السياحة وتقديمها في صورة جيدة فالجودة هي مفتاح الدخول للسياحة وخاصة تلك السياحة التي تستغرق وقتا طويلا ويجب عودة السياحة النيلية من القاهرة إلى أسوان والتي توقفت في تسعينات القرن الماضي لأسباب أمنية أو لإصلاح مجرى النيل ويمكن أن تكون الرحلات من القاهرة إلى المنيا أو بني سويف أو أسيوط .

يجب أن يتم الاتفاق مع هيئة الآثار لفتح مزيد من المواقع الأثرية والمزارات الجديدة يجب ألا نترك السياحة النيلية تغرق في قاع النيل ولكن بيدنا أن نلقي لها بطوق نجاة يخلصها وينتشلها من الغرق – وهذا الغرق سينتج من تكرار ما سبق حدوثه ولا يمكن السكوت عليه فمثلا تم ضبط باخرة سياحية تقل ٣١ سائحا قامت بالإبحار بدون ترخيص ومخالفة للشروط البيئية وعدم وجود وسائل إنقاذ وإطفاء – وصدر قرار بإيقاف الباخرة ولكن طاقمها لم يهتم بهذا القرار ولا

حتى بالأرواح المقلة لهم وتم إبحارها دون إبلاغ إدارة تامين العائمات السياحية – ورفض الطاقم الاستجابة لنداءات الشرطة التي طاردتها لإعادتها إلى مكانها – والعناية الإلهية تتدخل لإنقاذ ١٣٨ سائحا من الغرق في تصادم باخرتين أمام المرسى السياحي إسنا أثناء تحرك إحداهما في طريقها إلى أسوان وعلى متنها ٥٨ سائحا من جنسيات مختلفة – اصطدمت بالثانية وبها ٨٠ سائحا انجليزيا والحمد لله لم تحدث خسائر في الأرواح – أما الباخرة التي تحمل ١٦٠ سائحا فرنسيا وتلك الباخرة التي تحمل ١٨٩ سائحا من نفس الجنسية فقد تصادمتا لينتج عنهما خسائر مادية فقط .

نترك التصادم ونتجه إلى الحرائق فقد شب حريق بإحدى البواخر النيلية ويا للهول – يعلن الوزراء أن سبب الحريق تدخين الجوزة في كابينة القيادة – ثم ينشب حريق آخر في باخرة تحمل ١٥٨ سائحا – إذا القول بأن هناك قصور والقول انه يجب أن تتولى كافة الجهات المسئولة وعلى رأسها وزارة السياحة والأجهزة التابعة لها مهمة فرض الرقابة والمتابعة بل والمحاسبة الشديدة لكل من يخالف فهذه السياحة بالاهتمام فلا يعقل أن تكون وسائل الاطفاء وطفايات الحريق مجرد ديكور والاخشاب والموكيت داخل معظم البواخر لم يتم معالجتهم ضد الحريق – رجال الأمن غير مدربين – شهادات الصلاحية يمنحها موظف معدوم الضمير – المراسي السياحية مكتظة ولا تتوافر بها شروط الأمان – الجهات الحكومية المسئولة عن سلامة الباخرة تعمل في جزر منعزلة عن وزارة السياحة ، لابد من وقفة لإنقاذ السياحة النيلية من الغرق في النيل .

٧. القصور في الاستفادة من شواطئ البحر والبحيرات والقلة الواضحة في عدد اليخوت ..

١٠٨٠ كم + ٨٧٠ كم + ٩٥٠ كم والمجموع ٢٩٠٠ كم هذه هي أطوال شواطئ البحار المصرية في كل من البحر الأحمر وسيناء والبحر الأبيض على التوالي وهناك رقم آخر أوردته بعض المصادر العلمية أن أطول الشواطئ البحرية المصرية ٣٨٠٠ وأيا كان الرقم الصحيح أو الأقرب إلى الحقيقة فإنها تعد حقيقة مفزعة أن يكون لدينا هذه الشواطئ وهذه الرمال الناعمة على طول شواطئنا ولا

نستفيد منها ونحن في هذا الكتاب ليس من أغراضنا اتهام احد بالتقصير ولكن المهم لدينا أن نبحث أسباب القصور وكيفية تلافي هذا القصور وأن نوجد صيغة يستفاد منها في وضع الحلول فالتنشيط السياحي ليس مجرد نافذة مواربة ونريد فتحها على مصراعيها ولكن التنشيط السياحي هو الباب الملكي للولوج منه إلى عقر دار التنمية السياحية الشاملة – ولكي نوضح القصور في الاستفادة من شواطئ البحر والبحيرات علينا :

أولا : أن نعرض أولا لأسباب عدم الاستفادة ثم نتطرق لكيفية الاستفادة من هذه الشواطئ فمن أهم أسباب عدم الاستفادة هو تلوث مياه البحار خصوصا حول المناطق الصناعية المقامة على شواطئ البحار – كمنطقة أبو قير مثلا شرق الإسكندرية – وأيضا حول الموانى التي تدخلها أنواع عديدة من السفن والناقلات وأيضا الصرف الصحي للمدن الساحلية التي تصب هذه المدن في البحر مباشرة دون معالجة – بالإضافة إلى تلوث البحر بالبترول الناتج عن نشاط النقل والاستكشاف والتنقيب أو قيام البواخر بغسل تنكاتها أو لتسرب الزيت أو نفايات المصانع ومئات الأطنان من بقايا المبيدات الحشرية ومخلفات الصرف الزراعي التي تصبها الأنهار إلى البحار ولعل هذا السبب هو الذي قلل من الأحياء المائية في البحر المتوسط وقلل ذلك إلى تخفيض موارد الصيد بنسبة عالية إذا تعرض شواطئ البحر المتوسط للاعتداءات البيئية حول شواطئه إلى مناطق غير قابلة للاستحمام وتلوثت رمال شواطئنا بهذه المخلفات السوداء التي اختلطت بالرمال الناعمة فأفسدت جمالها وهددت كل من يحاول أو يخاطر بالسباحة أو الاستلقاء على الرمال بالتلوث .

ولمعالجة أسباب القصور في هذا الأمر لابد من وقفة حازمة لكل من وزارة السياحة ووزارة البيئة ووزارة البترول والتصدي بكل حزم للممارسات الضارة بالبيئة البحرية حتى تتمكن من التنمية والتنشيط السياحي للشواطئ البحرية .

فإذا كان لدينا كل هذه الشواطئ البديعة فكيف تتم الاستفادة منها سؤال اجابته

بسيطة وواضحة وسهلة ولكن يجب أعمال الفكر السياحي بالتدقيق في عناصر الجذب السياحي والبحث عن المعطيات السياحية الغنية لكل الشواطئ وتوسيع قاعدة التنشيط السياحي باستغلال العناصر الطبيعية الموجودة كالمناخ المعتدل وجفافه ليصلح للاستغلال شتاء وصيفا كما هو حادث في تنظيم البحر الأحمر وقلة السحب والأمطار – ورغم اهتمام كتب الإرشاد السياحي الأوروبية والأمريكية بمنطقة البحر الأحمر وباعتبار أنها اكبر المحافظات مساحة (٢٠٠,٠٠٠ كم^{2}) إلا أن الاهتمام بها لم يصل لحد التسويق السياحي الجيد والمجزي خاصة وأنها أدفأ سواحل مصر وأكثرها جفافا وتمتد شواطئها بالرمال البيضاء النقية التي تمتد لمسافات كبيرة أمام خلجان صافية المياه كثيرة الأحياء المائية لذا يجب الاهتمام بمحطات المياه وشبكات الصرف الصحي إذ أن قلة المياه العذبة تمثل المشكلة الرئيسية للعمران ، وتعمير هذه المحافظة بالمراكز التجارية لعرض وتسويق المنتجات المختلفة والأزياء الوطنية وإنشاء الأماكن الترفيهية والمطاعم أما سيناء وهي مسرح التاريخ السياحي الذي شهد أحداثا لم تحظ بها بقعة في العالم وبها مغريات سياحية وثقافية ومقومات سياحية دينية ورياضية في شواطئ العريش وبحيرة البردويل وخليج السويس وسيناء تمثل المملكة السياحية المتفردة لكل أنماط السياحة الشاطئية الرياضية الترويجية وقد ظهرت مشروعات تنمية سياحية وصناعية واقتصادية واجتماعية – وقد كونت سيناء لنفسها جهازا سياحيا متكاملا أو شبه متكامل وأصبحت جميع مقوماتها في رواج وجيدة الاستغلال وأصبحت السياحة الشاطئية قطاعا قائما بذاته ومورد ثروة وتنشيط – وجذبا لرياضات الترويج البحري والغطس والتصوير تحت الماء وسياحة الزوارق واليخوت والحقيقة أن الدولة تولي شمال وجنوب سيناء الكثير من الاهتمام من هذه الناحية .

أما شاطئ البحر الأبيض ويشمل إقليم الإسكندرية والساحل الشمالي حتى مرسى مطروح وسيدي براني والسلوم وبور فؤاد وشواطئ بحيرة البردويل والعريش حتى رفح وتتميز هذه الشواطئ بالرمال الناعمة والمياه الشفافة

وخاصة بالساحل الشمالي وتعتبر شواطئ البحر الأبيض من أجمل شواطئ العالم .

ثانيا : ومن أهم ما يجب الاهتمام به بالنسبة للشواطئ إنشاء مراسي لليخوت ومرسى اليخوت هو ما يعرف باسم المارينا – ورياضة اليخوت يقام لها المسابقات الدولية – والمارينا تنشأ عادة في خليج صغير أو حضن جبل لضمان سكون الماء وحماية اليخوت والقوارب من العواصف والأنواء – ويجب أن يكون إنشاء المارينا في مكان يعتبر قرار سياحي تقف فيه اليخوت كما نراها في بيريه وفينيسيا ومرسيليا على سبيل المثال وألوان أشرعتها وأعلامها زاهية ومبهجة – والمارينا هو المكان الذي يجبر فيه السائح بعد رحلة بحرية شاقة الراحة والأمن والأمان لقاربه فيتركه ليتجول حول المارينا ويزور الأماكن السياحية ثم يعود إلى يخته أو قاربه ليجده في أيد أمينة وهناك إجراءات يتم اتخاذها عند وصول اليخت إلى المارينا – فيجد مندوب الجمارك – ومندوبو الصحة – والجوازات وحرس الحدود – وصميم عمل المارينا السياحي هو وجود مكتب سياحي لحجز تذاكر السفر إلى المزارات السياحية – أو حجز تذاكر للملاحين الذين يرغبون في العودة لبلادهم .

وسياحة اليخوت تتميز عن باقي أنواع السياحة الأخرى فأصحاب اليخوت غالبا من الأثرياء أو كبار السن الذين يقضون وقتا أطول عند وصول يخوتهم إلى المارينا طلب للاستجمام والمتعة مع قدرتهم المالية في الإنفاق – وللأسف الشديد فإن أصحاب اليخوت سواء الكبيرة أو الصغيرة يفضلون عدم الاقتراب من الشواطئ المصرية أولا لارتفاع رسوم الرسو في الموانى المصرية أو لطول الإجراءات المملة – وبالنظر إلى شرق البحر المتوسط نجد أن مياهه يبحر فيها ما بين ١٠٠–١٢٠ ألف يخت مصر لا تحصل على أي نصيب يذكر وإذا حضر صاحب اليخت إلى مصر فغالبا لا يفكر مرة أخرى في العودة فعادة رحلة تتصف بالعذاب ومقابل الخدمات التي تؤدي لليخت تتساوى مع أنها اتاوة دون سبب مقنع – فلابد النظر إلى سياحة اليخوت من خلال العائد الاقتصادي الكبير الذي تحققه

هذه السياحة وليس إلى العائد من تحصيل رسوم مختلفة تقوم بتحصيلها الجهات المتعاملة مع اليخت – والدليل على ذلك أن بعض البلدان المجاورة ألغت جميع الرسوم التي تحصل من اليخوت (لبنان – إسرائيل – اليونان – تركيا) لإدراك هذه الدول أن ما ينفقه السائح القادم على يخت في المطاعم والفنادق والمشتروات اكبر بكثير من تلك الرسوم المفروضة – الأمر الغريب هو تلك الجهات التي يتعامل معها صاحب اليخت – فهي متعددة ولا توجد في مكان واحد – وتضارب اختصاص بعض الجهات مع الجهات الأخرى – وعلى سبيل المثال فإن صاحب اليخت لابد وأن يتعامل مع مخابرات حرس الحدود ونادي اليخت الذي يرسو في المارينا الخاصة به ثم إدارة الجوازات – ومصلحة الجمارك والحجر الصحي ومباحث امن الدولة ومصلحة الموانى والمنائر والتوكيل الملاحي – ومكافحة المخدرات – وهيئة الآثار وهيئة التليفونات وشركات الكهرباء والمياه والمخابرات الحربية والمخابرات العامة – وهذه الجهات كلها لا تخضع لقرار واحد بل هناك قرار وزير المالية رقم ٧٤٩ لسنة ١٩٩٦ ويقضي هذا القرار انه لا يجوز لليخت أن يدخل البلد مرة أخرى قبل انقضاء أربعة أشهر من مغادرته للبلاد – ومصلحة الجمارك وهي تتبع أيضا وزارة المالية تلزم الراكب القادم باليخت بضرورة عدم مغادرة البلاد طوال فترة وجود اليخت في مصر – وأصحاب اليخوت عادة ما يكونوا من الموسرين ويقومون بالإبحار على يخوتهم للاستمتاع بالإبحار في حد ذاته ثم يحضر ويمكث في البلد مدة من الزمن سواء كانت قصيرة أو طويلة ويعود إلى بلده بالطائرة تاركا اليخت في مصر ويعود إلى بلده بمعرفة طاقم اليخت .

ومن هنا فإن قصور التعامل مع سياحة اليخوت لابد من اتخاذ هذه الخطوات :

١. تجميع أماكن التعامل مع اليخت في مكان واحد قريب من مكان رسو اليخت .

٢. اقتصار تطبيق قرار وزير المالية على اليخوت التي تقضي ١٢ شهرا بل أننا نرى أن يعاد النظر في هذا القرار جملة وتفصيلا ولابد من معرفة السبب في هذا القرار لصالح سياحة اليخوت وليس لإبعادها عن شواطئنا .

٣. حيث ينظر إلى سياحة اليخوت على أنها سـياحة الأغنيـاء باعتبـار أن مـن يمتلكون اليخوت هم الأثرياء وأن عليهم أن يدفعوا مبالغ طائلة فالرسـوم التـي يدفعها اليخت القادم إلى مصر تصل أحيانا إلى أكثر من ألف دولار بينما فـي تركيا وإسرائيل لا يتعدى المبلغ ٢٥ أو ٣٠ دولار عن نفـس المـدة – وكمـا ذكرنا فإن البحر المتوسط يجوبه ما لا يقل عن ١٠٠ ألـف يخـت – فكيـف نتصور أن مصر لا يأتي لها إلا اقل من مائة يخت – لـيس بـسبب الرسـوم وحدها ولأن للأسباب التي ذكرناها فليس من المتصور أن يدفع اليخت رسـوم في كل ميناء ينتقل إليه فإذا جاء اليخت إلى الغردقة – وانتقل إلى شرم الـشيخ فانه يدفع رسوم بالإضافة إلى التراخيص والمستندات والأوراق – بل أن قنـاة السويس رفعت رسومها على اليخوت بشكل كبير فمثلا كانت الرسوم حـوالي ١٥٠ دولار ارتفعت إلى أكثر من ١٥٠٠ دولار ولنرى ماذا تفعـل إسـرائيل تقوم بنقل اليخوت على عربات مجهزة من موانيها إلى ايلات وبعد ذلك تبحـر في البحر الأحمر كما تريد تفاديا لعبور قناة السويس – وكانت قنـاة الـسويس تقوم بعمل تخفيض رسوم للعبور للبواخر السياحية التي تقـوم بزيـارة شـرم الشيخ والغردقة ذهابا وعودة – في الوقت الذي تقوم فيـه بتحـصيل الرسـوم كاملة عن اليخوت التي حمولتها أكثر من ٣٠٠ طن الذاهبة إلى نفس المكان – وقد كانت هيئة قناة السويس تمنح حتى عام ٢٠٠٠ العائمات الـصغيرة حتـى ٣٠٠ طن بما فيها اليخوت إعفاء من رسوم العبور للقناة – وكان اليخت العابر يقوم بدفع مبلغ ٢٠ دولار وكل فرد من أفراد اليخت ١٠ دولار بالإضافة إلـى رسم إرشاد وكانت هذه الرسوم لا تتعدى ١٥٠ دولار وتقل هذه الرسوم إذا قل عدد الطاقم عن خمسة أفراد – وكانت هذه اليخوت تعبر القناة محدثـة رواجـا في جميع المجالات ثم أصدرت هيئة قناة السويس لائحة بالرسوم الجديدة التـي وصلت من ١٥٠ دولار إلى ١٥٠٠ أي عشرة أضعاف الرسوم الـسابقة فهـل تتوقع وصول اليخوت مرة أخرى – وذلك فإن المقترح الآن هو عمل دراسات مقارنة مع الدول ذات المركز في مجال سياحة اليخوت كتركيـا أو إسـرائيل مثلا واللتان وقعنا اتحاد سياحة بحرية بينهما لتسويق سياحة اليخوت في شـرق

المتوسط كما قامت الدولتان لعمل رالي لليخوت استمر لأكثر من عشرة أعـوام – وهنا نتوجه بالمناشدة للمسئولين سواء في قناة السويس أو الجمـارك أو أي جهة تتعامل مع اليخوت بدراسة متأنية ودراسة جدوى لمعرفـة أي الأمـرين أفضل – تسهيل الدخول وتخفيض الرسوم – أم عقبات بيروقراطية وروتينيـة وزيادة الرسوم – قد يكون الفكر الثاني هو الأفضل من ناحية الـدخل ولكننـا نرى أننا نذبح الدجاجة !!

رواد وأعلام التنشيط السياحي

قبل الحديث عن الرواد والأعلام في مجال التنشيط السياحي فـي مـصر يجب علينا أن نسأل أو نتساءل مسئولية من التنشيط السياحي ؟؟ الواقـع أن هنـاك ثلاث إجابات مباشرة قد يجيب بها من يوجه له هذا السؤال – الإجابـة الأولـى أن مسئولية التنشيط السياحي هي مسئولية كل أفـراد المجتمـع والإجابـة الثانيـة أن التنشيط مسئولية العاملين في النشاط السياحي أما الإجابة الثالثة فهي أن التنشيط هو مسئولية القائمون بالعمل في هذا المجال – والواقع أن الإجابات الثلاثة عن الـسؤال البسيط وهي إجابات صحيحة ولكن تختلف المسئولية طبقا لحجم الدور الذي يقـوم به كل من الفرد العادي في المجتمع أو من يعمل في النشاط الـسياحي أو العـاملين في مجال التنشيط السياحي – فالفرد في المجتمع مسئوليته منحصرة فـي الـوعي العام بأهمية السياحة وبالقواعد العامة المطلوبة للتعامل مع السائح والحفـاظ علـى الأماكن السياحية والأثرية فإذا أدى هذا الدور فإن مسئوليته عن التنشيط الـسياحي لبلده قد تحققت . أما العاملون في النشاط السياحي بصفة عامة كالعاملين في الفنادق والشركات والمجال والأنشطة السياحية المختلفة فإن مسئولية كل منهم تنحصر فـي الاهتمام بالعمل الذي يقومون به وأدائه بالصورة التي يتحقق بها نمو وإعلاء شـأن الموقع السياحي الذي يعملون به لتكون الصورة السياحية العامة للعمل السياحي من خلال العاملين في النشاط صورة طيبة ووعي العاملين في النشاط السياحي يختلـف عن الوعي لدى المواطن العادي فالعامل في النشاط السياحي أيا كان موقعه مـديرا أو مسئولا كبيرا أو موظفا صغيرا يجب أن يكون لديه الوعي بالعمل المنـوط بـه

وحجم هذا العمل وأن يكون متعاونا مع غيره سواء في العمل أو خارج نطاق العمل الوظيفي بما يخدم قطاع السياحة الذي يعمل به .

أما العاملون في مجال التنشيط السياحي فإن الدور الذي يجب عليهم أن يقوموا به مختلف تماما عن ادوار الفرد العادي أو العاملون في المجال السياحي أو النشاط السياحي بصفة عامة إن دور العاملين في التنشيط السياحي هو حجر الزاوية في العملية التنشيطية – ويختلف هذا الدور أيضا بين من يقومون بالأعمال العادية اليومية والروتينية وبين القيادة والرياسة للعمل التنشيطي – فالعمل الوظيفي أو الإداري يحتاج الخبرة الفنية وسعة الأفق ووفرة الثقافة وقبل ذلك كله الأمانة التامة وتجنب الغش والخداع في أداء العمل أو تطبيق القوانين وهذه الأمور بديهيات العمل الوظيفي في أي مجال إلا أننا نرى أن العمل التنشيطي يستحق أن يؤدي بأعلى قدر من الاعتبارات الإدارية والوظيفية والفنية.

أما قيادة العمل التنشيطي أو رياسة الهيئة التنشيطية أو العمل في المواقع الهامة التي تستلزم اتخاذ قرار في هيئات تنشيط السياحة فهذا عمل يختلف عن العمل العادي في أي قطاع من قطاعات النشاط السياحي ورغم أهمية كل قطاع وكل نشاط سياحي إلا أن العمل التنشيطي يستلزم فكرا خاصا ومواصفات معينة فيمن يشغل هذا العمل وهنا علينا أن نوضح أمرين هامين : **الأول** أن هذا العمل ليس مهنة فقط وإنما هو مهنة وفن وهنا تكون الإدارة أو الرياسة لهذا العمل قيادة رشيدة ولذلك تظل أسماء هؤلاء القادة أو الرؤساء رنانة ليس في الوسط السياحي فقط بل في أوساط المثقفين عموما وليس في حياتهم فقط ولكن أيضا بعد انتقالهم فهم من يصنعون التقدم وهم أيضا من يعملون دون أن يتكلمون وهم من يسافرون بأفكارهم وينطلقون برؤاهم إلى مناطق ومجالات لم يطرقها الآخرون وهم الذين يعتبرون أن النجاح فكرة تستحق أن يسيروا خلفها ليبدعوا من أفكارهم ما يستطيعوا معه أن يقدموا لعملهم أقصى درجات النجاح ومن هنا نستطيع أن نقول أن من ينجح في العمل التنشيطي قد وهبه الله هبة لم يهبها للآخرين بل ويفر عليهم الحصول عليها فهم لا يملكون الفن الفكري أو الدوافع الايجابية للانطلاق بثقة نحو هدف سامي وقد كان معروفا في علم الإدارة منذ عدة عقود أن المديرين يولدون

ولا يصنعون بمعنى أن الشباب يبدءون العمل من أول القاعدة وأن الـذي يـصلح لتولي قيادة العمل هو من يبلغ القمة في الأداء . الأمر الثاني بالرغم من أن قواعـد الإدارة المعروفة للجميع إلا انه وفي عصرنا الحالي وجـدنا مـن يعتلـي القمـة بالواسطة أو بأساليب لا تتصل بقواعد العمل الوظيفية إنما بطرق أخرى لـم تكـن معروفة من قبل أو يعتلي قمة العمل بالصدفة البحتة وهؤلاء يتميـزون بالـسطحية الفكرية والنقص في بعد النظر . والقصور في الابتكار والتجديد ولكـنهم ينجحـون في الاحتفاظ بكل عناصر الفشل ليقبعوا في القاع بالرغم من وصولهم إلـى القمـة فهو يصعدون إلى القاع – فقمتهم هي وفي نظرهم هم فقط كم سيحـصلون ومـاذا سيستفيدون وماذا سيجنون – وما يحصلون عليه وما يستفيدون منه ويجنونـه هـو القاع الذي يأبى القادة والرؤساء بحق أن ينزلقوا إليه أما الآخرين فصعودهم يكـون إلى القاع .

ونحمد الله أننا لن نتحدث إلا عن هؤلاء العظماء الذين سـيظلون مـاثلين دائما في أذهاننا حتى لو غابوا بأجسادهم عنا وذلك لجليل أعمالهم وعظيم انجـازهم وحسن أدائهم وروعة بصماتهم التي تركوها لتظل شاهدة على عطائهم وفي نفـس الوقت شاهدة على خواء ما في القاع لهؤلاء الذين وصفناهم بأنهم صعدوا إلى القاع . وقد نضرب مثلا أو مثالين لهؤلاء الذين صعدوا إلى القاع لنبين الفرق بين القمـم والرواد وبين الآخرين الذي شاء حظ السياحة العاثر أن يتبوءوا مناصب فيه .

أما هؤلاء العظماء الذين سنتحدث عنهم فللأحياء منهم كل احترام وتقـدير وتبجيل ولمن غابوا كل الدعاء بالرحمة والمغفرة وان يـسكنهم المـولى سـبحانه وتعالى جناته جزاء ما قدموا لوطنهم وعملهم . وأول من نتحـدث عنـه الجنـرال العالم حسن رجب المفكر السياحي – رائد المجتمع المدني .

الجنرال العالم حسن رجب – رائد المجتمع المدني

بعد حصوله في باريس على دبلومة الدراسات العليا في الكهربـاء التحـق المهندس حسن رجب بالكلية الحربية عام ١٩٣٩ وتخرج فيها برتبـة اليوزباشـي "النقيب" حيث قام بجهد لافت في تطوير ورش الصيانة في الجيش وتحـديثها تثنيـا

لتتماشى مع التقدم العالمي في هذا المجال ، وكان رجب قد حصل على بكالوريوس الهندسة بتقدير امتياز من جامعة فؤاد الأول "القاهرة" التي انتقل إليها من الإسكندرية ليحقق رغبته العلمية حيث كان اهتمامه بالعلوم والآلات الميكانيكية ملازما له منذ نعومة أظافره ، وفي أثناء الحرب العالمية الثانية اخترع بوصلة رجب الشمسية التي اعتمد عليها الحلفاء اعتمادا عظيما ، وفي عام ١٩٤٣ التحق بكلية أركان الحرب ، وتخرج فيها بتقدير امتياز في المركز الأول وهو لا يزال برتبة اليوزباشي وجاء في تقرير حصوله على الدرجة وهي الماجستير في العلوم العسكرية : "ذو مقدرة عالية على الابتكار ، محب للعلم يواجه أي عمل بنشاط كبير ، يدرس كثيرا ويبحث عن الحقيقة المجردة والعلم له أفكار خاصة وعنده الشجاعة لإبداء رأيه ويفكر تفكيرا سليما وحينما تولى قسم المساحة العسكرية طور من أسلوب رسم الخرائط ورفع الكثير من مناطق مصر التي لم تكن موقعة من قبل على خرائط الدولة ثم عين كأول ملحق عربي لمصر في سفارتها بالولايات المتحدة وفي عام ١٩٤٨ عين الاميرلاي "العميد" حسن رجب مديرا للبحوث والتطورات الحربية وبعد قيام الثورة قام بتطوير الكثير من الصناعات الحربية وادخل الكثير من هذه الصناعات التي لم تعرفها مصر من قبل ومع بواكير هذه الثورة بدأ جهده في بناء أنشطة العمل المدني باقتراح إنشاء جمعية الكشافة البحرية ، ومع اعتراف مصر بالصين عين كأول سفير لها هناك وتولى هذا المنصب بعد هذا في كل من ايطاليا ويوغسلافيا وكان الغرض من هذا هو الاستفادة من خبراته في الإشراف على صفقات السلاح لان مصر كانت في هذه الفترة تعيد بناء جيش وطني عصري ومنيه . في عام ١٩٦٠ أنشأ معهد بحوث البردي لينجح في كشف النقاب عن سر صناعة ورق البردي بعد ألف عام من اختفائها ، وابتكر أسلوبا متقدما لترميم ورق البردي مما أنقذ ثروة مصر من برديات الفراعنة من الضياع واخترع عام ١٩٩٠ أول آلة كاتبة بالحروف الهيروغليفية .

وكان لحسن رجب نشاط كبير في تطوير العمل والفكر السياحي مع بداية إنشاء هذه الوزارة وكان له فضل إدخال بيوت الشباب في مصر وضمها إلى المنظمة العالمية لبيوت الشباب وأنشأ بعد سنوات طويلة من الدراسة والإعداد

للقرية الفرعونية ليقدم فيها نموذجا للحياة في مصر القديمة هو الأسبق والأوحد .. نال أعلى الأوسمة والنياشين من عدة دول في جميع أنحاء العالم وكان بروتوكول الحكومة الصينية يقضي بان يقوم السفير الجديد في مصر بعد تقديم أوراق اعتماده بزيارة خاصة للدكتور حسن رجب كما حصل على جائزة الدولة التقديرية ووسام الجمهورية من الطبقة الأولى مرتين ، كان حسن رجب يجيد الانجليزية والفرنسية والايطالية والصينية والهيروغليفية .

السيد / عادل طاهر

وزير السياحة الأسبق وأول رئيس لهيئة تنشيط السياحة

كان السيد عادل طاهر أول رئيس للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي عند إنشائها عام ١٩٨١ – وتولى وزارة السياحة في وزارة الدكتور فؤاد محي الدين من يناير ١٩٨٢ حتى أغسطس من نفس العام .

والمرحوم عادل طاهر علامة بارزة في تاريخ السياحة في مصر وكانت القضايا التي شغلته قضايا سياحية لها قيمتها ووزنها فاهتمامه بالسياحة الرياضية وتفعيل الرياضة لصالح السياحة أهم ما كان يسعى إليه ومن أهم القضايا التي شغله طوال حياته في العمل السياحي هي كيف تصبح مصر سوقا دوليا للسياحة العربية ولكل منطقة الشرق الأوسط ولدول شرقي البحر المتوسط وتمنى أن تصل تلك الإمكانيات السياحة المصرية إلى المكانة التي تستحقها في العالم فهو كان اقدر الناس على الإحساس والشعور بمكانة مصر السياحية وكان يأمل أن تنال نصيبها العادل الذي تستحقه من كعكة السياحة العالمية وكان من أهدافه الانتهاء من إنشاء المنظمة العربية الإسلامية للسياحة والتي تضم كافة الدول العربية والإسلامية تحت إشراف جامعة الدول العربية وهو الهدف الذي ما زالت مصر تحاول أن يتم أو يتحقق وذلك لفتح الأسواق العربية بما يحفز الاستثمار السياحي والخدمات المرتبطة بها . وكان من القضايا التي شغلته أيضا إثارة انتباه السياح للفنون والخزف الإسلامية وحل المشاكل التي تواجه مستقبل حركة تنمية الحرف والفنون في مناطق مختلفة لاسيما في مصر وسوريا وتونس والمغرب واليمن .

وكانت له نظرة مستقبلية بضرورة الاهتمام بالسياحة العلاجية خاصة بعد أن ظهرت أرقام تفيد أن ما يصرفه العرب في السياحة العلاجية في دولة كايطاليا مثلا بلغ ٤٥٠ مليون دولار في عام ١٩٨٠ – ولدى الدول العربية ومصر خصوصا مناطق للسياحة العلاجية قد لا توجد في دولة أخرى .

إن عادل طاهر كان صاحب فكر سياحي عميق ورؤية سياحية شاملة – رحمه الله رحمة واسعة بقدر ما أعطى لمصر وللسياحة .

د. صلاح الدين عبد الوهاب – قمة الهرم العلمي السياحي

الكتابة عن القمم يشعر الكاتب بفخر انه يكتب عن هذه القمة فما بالنا بالتعامل مع القمة نفسها – لن يتخيل لحد أن تواضع هذا العالم وأسلوب حديثه مع اصغر تلاميذه ومناقشاته مع ابسط الناس أن هذا الرجل هو القمة بعينها ولكن هذه سمة العلماء وهذه صفاتهم أما وصفهم فنحن لا نستطيع وصفهم ولكننا نجتهد في أن نلقي شعاعا من الضوء على مسيرة هذا العالم الفذ هو خريج كلية الحقوق جامعة القاهرة عام ١٩٥٠ وعمل بالنيابة العامة والقضاء أثنى عشر عاما ، وإن كانت المنصة التي كان يجلس عليها قد خسرته قاضيا فقد كسبته جهات أخرى عديدة – فقد حصل على زمالة ما بعد الدكتوراه من نفس الجامعة وفي عام ١٩٦٣ عين مديرا لمؤسسة السياحة والفنادق ثم رئيسا لمصلحة السياحة عام ١٩٦٤ وجمع بينها وبين مؤسسة السياحة – ثم عمل أستاذا للقانون والسياحة بالجامعة الأردنية ما بين عامي ١٩٦٧–١٩٦٩ وعين رئسا لمجلس إدارة فندق شبرد إلى أن اختير خبيرا بالأمم المتحدة (منظمة العمل الدولية) يفترض عام ١٩٧١ ثم مديرا لبرامج التنمية السياحية بمركز الأمم المتحدة بتورنتو بايطاليا .

في عام ١٩٧٧ عين رئيسا لمجلس إدارة الشركة المصرية لتنمية السياحة ومشرفا على وكالة الوزارة للتخطيط السياحي وفي عام ١٩٧٨ عين وكيل أول وزارة مستشارا لوزير التعمير ورئيسا لجهاز تنمية الساحل الشمالي .

ثم عين رئيسا لمجلس إدارة شركة مصر أسوان للسياحة من عام ١٩٨٠–

١٩٨٤ وعمل مستشارا لمنظمة السياحة العالمية وأستاذا زائـــرا بجامعـــة جـــورج واشنطن بالولايات المتحدة وهو أستاذ غير متفـــرغ بكليـــات الـــسياحة والفنـــادق بالإسكندرية وحلوان والأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا .

حتى عام ١٩٨٨ شارك بأبحاثه في أكثر من مائة مؤتمر ســياحي قـومي ودولي كما شارك في وضع الخطط السياحية لأكثر من عشرين دولة وله حتى هذا التاريخ أكثر من عشرة مؤلفات في القانون وأكثر من عشرة مؤلفات فـــي الـــسياحة وأكثر من ستين بحثا في القانون وأكثر من مائة وعشرين بحثا علميا في الـسياحة منشورة في مصر وبريطانيا وسويسرا واسبانيا والولايات المتحدة والبرازيل – كل ذلك كان قبل عشرون عاما أما الآن فيصعب حصر المؤلفات العلمية والأبحـــاث – وهو الآن وبفضل من الله تعالى يعمل مستشارا قانونيا وسياحيا بمكتبه ويتابع كتبـــه ومطبوعاته وأتذكر إنني انتدبت للتدريس بأحد المعاهد العليا السياحة وكانت المـــادة التي أقوم بتدريسها هي نظرية السياحة الدولية ولم أجد خيرا من كتابه الصادر عام ١٩٩٢ والطبعات التالية له لأقوم بالتدريس على هذا الكتاب فكان فخرا لي أن أقوم بالشرح لأبنائي الطلبة نظرية السياحة واتجاهاتها ومقومات صناعتها وأسس تنميتها في مصر بالأسلوب العلمي الشيق والكلمات الموضوعية التي تبحث عـــن الحقيقـــة من خلال الإحصائيات والإيرادات السياحية وأسلوب التسويق وسياســـة التنـــشيط وعملية التخطيط والتنبؤ بحركة السياحة ثم الوعي الـــسياحي ومقومـــات صـــناعة السياحة – كل هذه المعلومات ثم توصيلها وعرضها وإلقائها على الجيـــل الـــصاعد من الذين سيعملون في السياحة يفخروا كما افخر أنا بأنهم تلقوا علمـــا مـــن كتـــاب الأستاذ القمة د. صلاح عبد الوهاب وللأستاذ كتب باللغة الانجليزيـــة نـــذكر منهـــا State Policy on Tourism الذي طبع عام ١٩٧٤ في ايطاليـــا وتـــرجم عـــام ١٩٧٥ في مـــصر بمعرفـــة البنـــك الأهلـــي المـــصري – وأيـــضا Tourism Management الذي طبع في لندن عام ١٩٧٥ وكتـــاب Tourism Marketing بالاشتراك مع الأستاذين جاك كراميون الأمريكـــي ولـــويس روتفيلـــد الانجليـــزي الاسباني وطبـــع فـــي لنـــدن عـــام ١٩٧٦ وأيـــضا Managerial Aspects of Tourism الذي طبع عام ١٩٧٦ وكتاب مطبوع باللغة الاسبانية عن إدارة وتنظـــيم

السياحة عام ١٩٧٧ و Studies on Tourism Planning طبع بالقاهرة ١٩٧٩ .

أما كتبه التي أصبحت مراجع لكل الدارسين في السياحة فهي عن السياسة القومية للتسويق السياحي وتخطيط الموارد السياحية – ونظرية السياحة الدولية والاتجاهات الدولية للسياحة وإدارة منظماتها ورفع مستوى كفاءة صناعة السياحة .

هذه قطرة في محيط علم هذا العالم الذي أسس علميا للنهضة السياحية المصرية للتنشيط السياحي وتعدى شعاع معرفته وإبهار معلوماته الآفاق ومن الأمور التي تبعث على فخر أي أستاذ أو دارس للسياحة أن يرى في قائمة المراجع التي تنشر في الكتب السياحية الأجنبية أن ترى اسم Wehab وهاب بكسر الواو وفتح الهاء كأحد أهم المراجع – الم نقل في مقدمته حديثنا عن هذه الشخصية العلمية العالمية إننا نشعر بالفخر لأننا نكتب عنه واعتقد أن شعورنا بالفخر سيتصل إلى قارئنا العزيز فشكرا لمن نتحدث عنه وشكرا لمن يقرأ عمن نتحدث عنه .

محمد نسيم – العملاق قلب الأسد

المرحوم محمد نسيم أحمد عمالقة هذا الوطن فقد كان ناجحا في كل المواقع التي تبوأها فهو ابن القوات المسلحة وهو من صناع المجد في أهم أجهزة الأمن القومي وهو الذي أصاب الأعداء في مقتل وتاريخه حافل ومضيء وبطولاته سطرتها أقلام أدباء الأعمال الوطنية وظهرت على شاشة التليفزيون هذه الأعمال تحت أسماء مستعارة فقد عمل في هذه الأجهزة دون أن يعرف حتى اقرب الناس إليه طبيعة عمله أو قدر المهام التي يقوم بها – وقد عمل لفترة ملحقا عسكريا في دولة أوروبية – وفي كل خطواته الواثقة كان مثالا مشرفا للإنسان المصري الوطني حتى النخاع العملاق في تحمل مسئولية من أكبر المسئوليات الوطنية – ويكفي انه لقب بقلب الأسد فقد كان فعلا أسدا ويحمل قلب الأسود كلها – وحديثنا عن هذا العملاق سنقتصر على ما لدينا من أنشطة في السياحة التي تبوأ مركز رئيس الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي يعد الرائد لهذا العمل المرحوم عادل طاهر والذي كان أول رئيس لهذه الهيئة عند إنشائها عام ١٩٨١ ثم بعد ذلك كان وزيرا للسياحة وقد كان من ضمن المهام التي اضطلع بها المناداة بان تكون

السياحة هدف قومي أو إعلان مبدأ قومية السياحة واعتبارها نشاطا قوميا يخدم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومصدر أساسي لتوفير العملات الأجنبية وكانت فكرته عن قومية السياحة أن تتحول إلى هدف قومي مثل البترول والمرور في قناة السويس وفي إطار قومية السياحة سوف تترابط جميع الأجهزة القريبة والبعيدة بالمساس بالعمل السياحي وتلتزم بهذا الإطار مما يعمل هذا على تحقيق نشاطا في السياحة ويمنع التضارب في الاختصاصات وفي رأينا أن بداية الاعتراف بان السياحة مرفق ذو طبيعة خاصة وصدور قرار رئيس مجلس الوزراء بهذا المضمون عام ١٩٨٥ كانت بدايته الاجتماعات التي تقررت فيها هذه الفكرة حيث تم إعداد مذكرة بهذا الموضوع القومي الهام وتلك الاقتراحات الهامة التي قدمت للنهوض بالسياحة لعرضها على مجلس الوزراء لمناقشتها تمهيدا لإصدار قرار بإعلان قومية السياحة – وهذا العملاق كان صاحب فكرة رالي الفراعنة وهو احد الأحداث السياحية التي يقبل عليها الأوروبيون والمهتمين بسباق السيارات والدراجات النارية (الموتوسيكلات) وهذا الحدث تنقله عشرات من محطات التليفزيون العالمية ومازال هذا الرالي يقام كل عام في أواخر شهر سبتمبر وأوائل شهر أكتوبر حيث يكون الجو معتدلا – كما كان أيضا صاحب فكرة رالي اليخوت وأفكار أخرى كان منها تصوير حلقة خاصة عن مصر مدتها ساعتين مع شركة "سفينة الحب" الأمريكية للإنتاج التليفزيوني والسينمائي والذي يشاهده حوالي ١٦ مليون أمريكي وان الحلقة التي ستنتج عن مصر سيتم إذاعتها في ٧٠ دولة وكان للسيد محمد نسيم دور هام في إنتاج أفلام للمناطق السياحية والأثرية بمصر وأرسلت هذه الأفلام إلى قسم السياحة بجامعة جورج واشنطن .

وقام التليفزيون البريطاني بتصوير ٣ حلقات من سلسلة برامج الحياة القديم وتناولت الحلقات حياة الفراعنة وطريقهم في العبادة والزراعة والصناعة وطرق تشييد المعابد ومعلومات عن محتويات المتحف البريطاني من الآثار المصرية المحفوظة به .

وقامت مجلة أمريكية بإهداء هيئة تنشيط السياحة عدة نسخ من فيلم تم

تصويره من خلال منطاد فوق ١٧ محافظة مصرية ، وتم عرض الفيلم في أمريكا وأوروبا أما في اليابان فقد تم إقامة احتفال عام مصر في اليابان بإقامة معرض الآثار المصرية الفرعوني الذهبي وحضر الاحتفال ولي عهد اليابان ورئيس وزرائها ووزير السياحة المصري المرحوم وجيه شندي ووزير الثقافة المرحوم محمد عبد الحميد رضوان ورئيس هيئة الآثار المصرية المرحوم أحمد قدري ونظمت عدة أسابيع مصرية في اليابان وتم الاتفاق على حضور ٢٠ ألف سائح ياباني خلا ل عام ١٩٨٥ على أفواج طوال أشهر العام يقومون خلالها بزيارة المعالم السياحية والأثرية .

هذه نبذة بسيطة عن هذا العملاق ونحن نترحم عليه وعلى العظماء أمثاله الذين اثروا الوطن بجليل أعمالهم والتي نفتقر في عصرنا الحالي هذا العطاء الثري.

سيد موسى – المفكر السياحي الرفيع

الأستاذ سيد موسى هو أستاذ جيلنا الذي مارس العمل في التنشيط السياحي في الربع قرن الأخير من القرن العشرين – وإذا كنا قد وصفناه بالمفكر السياحي الرفيع فليس لأنه نحيف ولا تستطيع السمنة أن تقترب منه ولكنه رفيع من الرفعة فهو مفكر من طراز رائع لأنه شامل المعرفة – موسوعي المعلومات لسانه طلق طلاقة أفكاره الفياضة يملك زمام الحديث أمام أي حشد سياحي أو غير سياحي فيقنع الكافة بما يريد أن يقنعهم به ولا يملكون أمام حجته ومنطقه إلا أن يقتنعوا – يجيد الحديث بالانجليزية كإجادته اللغة العربية واللغة الايطالية لها معه شأن كبير – عمل قرابة الأربعين عاما في قطاع السياحة إلى أن وصل إلى وظيفة وكيل أول وزارة السياحة التي انتقل منها للعمل رئيسا للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي حيث قضى في هذا المنصب سبع سنوات كانت هذه السنوات السبع هي السنوات العجاف في مسيرة مصر السياحية – فالإرهاب كان يضرب بأطنابه في ربوع الوطن فبعد حادث الباخرة اكيلي لاوري وبعد حادث الأمن المركزي ثم التفجيرات الإرهابية التي أقضت مضاجع السياح المتواجدين في مصر ومنعت من

يفكر في القدوم إليها من الحضور كان سيد موسى فارس إدارة الأزمـات وكلـف بتنفيذ الخطط التي أسهم في وضعها لتخطي الأزمة الاقتصادية الناجمة عن عزوف السياح من القدوم إلى مصر ومتابعة خطط التنشيط والتسويق في أوروبا وأمريكـا التي كان سياحها قد اتجهوا إلى مناطق أخرى وحسب توقعـات منظمـة الـسياحة العالمية .W.T.O أن المد السياحي لمصر سينحسر لفترات طويلـة نتيجـة لهـذه الحوادث ولكن سرعان ما استطاعت مصر تخطي هذه الأزمة وأشـادت المنظمـة بأسلوب التصدي لهذه المواقف التي انتهت إلى عودة سريعة للمعدل الطبيعي للتدفق السياحي ، وهنا لابد وان نذكر أن السنوات السبع العجاف من ناحية الإرهاب ، إلا أنها كانت وأيضا سنوات سمان في منحى آخر ففي هذه السنوات السبع ثـم ربطـه السياحة بالاقتصاد وكان ذلك توجه الوزير فؤاد سلطان وكان سيد موسى هو المنفذ لخطة الارتباط الوثيق بين السياحة والاقتصاد كما انه كان وراء المؤتمرات العالمية التي عقدت على ارض مصر ونذكر منها مؤتمر السكان العالمي ومكافحة الجريمة ثم مؤتمر الاستا وهي المؤتمرات التي فتحت باب الآلاف فكل المؤتمرات الـسابقة كانت لا يتعدى أعداد مؤتمريها المئات ولكن ولوجود قاعتي المؤتمرات في القاهرة والإسكندرية فقد أصبحت مؤتمرات الآلاف تأخذ بعدا جديدا ورؤية مختلفـة بنـاء على فلسفة تسويقية مناسبة وكان اهتمام سيد موسى بالحدث السياحي الكبير الـذي حدث في عام ١٩٩٢ وكان مقررا له عام ١٩٩٠ إلا أن غزو الكويت في أغسطس ١٩٩٠ أوقف العمل في هذا الحدث وهو مهرجان اسكندريات العالم ولقد كان للدور الرائع الذي قام به سيد موسى في التحضير لهذا المهرجان واستقدام خبير ايطـالي واجتماعه الدائم المستمر مع القائمين على تنفيـذ المهرجـان وحـضور فعالياتـه واستضافة رئيس منظمة الاستا في الإسكندرية عقب انتهاء مؤتمر الاستا وحـضور العديد من المؤتمرين للمهرجان ونجاح المؤتمر والمهرجان معا كان دافعا للأسـتاذة سهير عبد الستار رئيس القسم السياحي بجريدة الجمهورية لان تكتب مقـالا تحـت عنوان "الاستاكندريات" أشادت فيه بكل من المناسبتين وارتباطهما ببعض وبالجهود التي بذلت لنجاح الحدثين .

المرحوم الأستاذ / محي الدين الشاذلي – المنشئ والمؤسس

مسيرة المرحوم الأستاذ / محي الدين الشاذلي تبعث على الإعجاب والتقدير فهذا الرجل ولد وعاش لينشئ ويؤسس ويقود فقد عين بعد تخرجه عام ١٩٣٨ في شركة إسكندرية للملاحة وارتبط بمدينة الإسكندرية كما ارتبطت به فرغم اشتغاله لفترات مختلفة بعيدا عن الإسكندرية إلا انه كان دائم العودة لها – ففي عام ١٩٥٢ كلف من مجلس قيادة الثورة بدراسة أوضاع شركة مصر للسياحة وكانت تعاني من مشاكل عديدة فتم انتدابه للقاهرة لهذا الغرض وهنا بدأت صلته بالسياحة والتي كانت مرتبطة بالملاحة في هذا الوقت فقد كانت السفن هي التي تأتي بالسياح فلم تكن الطائرات قد انتشرت ولم تكن وسائل المواصلات من الأتوبيسات المكيفة والسيارات المنتشرة الآن في كافة شوارع وطرق الجمهورية قد أخذت بعد دورا في قطاع السياحة – وفي هذا الوقت كانت علاقة مصر بالولايات المتحدة علاقة طيبة وكانت ترغب في مد جسور التعاون مع أمريكا – وصدر قرار بتعيين محي الدين الشاذلي ملحقا سياحيا في سفارتنا بواشنطن عام ١٩٥٣ – إلا أن الرائد صلاح سالم وكان وزيرا للإرشاد القومي وكانت تتبعه مصلحة السياحة رأي أن هذه المصلحة تحتاج إلى جهود مثل هذا الرجل – وعرضت عليه رئاسة المصلحة فوافق على تولي هذه المسئولية الكبيرة رغم أن عمره لم يكن قد وصل للأربعين وألغى سفره إلى أمريكا وصدر قرار بتعيينه رئيسا لمصلحة السياحة عام ١٩٥٣ ولان رؤية من رشحه لهذا المنصب كانت صائبة – فقد أظهرت الإحصائيات التي نشرتها الصحف ازدهار السياحة وزيادة عدد السياح زيادة ملحوظة خلال توليه رئاسة مصلحة السياحة وكان من ابرز قراراته إنشاء عدة مكاتب لمصلحة السياحة في الولايات المتحدة لتشجيع وتنشيط السياحة إلى مصر بين الأمريكيين – وهذه المكاتب التي انتشرت بعد ذلك في معظم العواصم الأوروبية والدول المصدرة للسياحة ويصل عدد هذه المكاتب الآن إلى أكثر من عشرين مكتبا في مختلف قارات العالم وتبع هذه المكاتب الآن الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي – كما رأس محي الدين الشاذلي وفدا مصريا في مؤتمر الاستا الذي حضره ممثلو ٧٥ دولة وقام مع أعضاء الوفد بنشاط كبير لفت أنظار

ممثلو الدول الذين حضروا المؤتمر إلى مصر كمقصد سياحي جديد بالزيارة – ومن خلال هذا النشاط اتصل بالمسئولين عن فنادق هيلتون العالمية وتم فعلا توقيع عقد إنشاء فندق هيلتون النيل وكان الفندق في هذا الوقت صيحة سياحية لها صداها في مصر .

وكانت الوفود السياحية تعاني من تأخر حصولها على التأشيرات الخاصة بدخول مصر فأسهم مع الأجهزة المختصة لعمل تسهيلات كبيرة في منح التأشيرات من خلال السفارات والقنصليات وتم الاتفاق على فتح السياح تأشيرات الدخول في الموانى والمطارات المصرية عقب وصولهم ولم يكن هذا النظام معمولا به من قبل.

وفي عام ١٩٥٤ عاد إلى عمله الأساسي في مجال النقل البحري بمدينة الإسكندرية وأنشأ شركة المقطم للملاحة واستمر في رئاستها إلى أن أقمت في ١٩٥٧ صدر القرار الجمهوري بإنشاء الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة وعين محي الدين الشاذلي كأول رئيس للهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الإسكندرية وقد وضع أساس هذه الهيئة ونظام العمل بها – وقد استمر العمل بالفكر السياحي والمنهج الذي أرساه محي الدين الشاذلي في الهيئة وخلفاؤه إلى ما يقرب من عامين حيث انتهى الفكر وانتهى المنهج ونعتقد أن ما تم بناؤه في ثمانية وأربعون عاما يتم الآن هدمه بصورة منظمة وأصبحت الهيئة الآن مجرد تكريس الجهد لإعادة طباعة ما تم طبعه من قبل مع رفع أسماء السابقين ووضع أسماء الحاليين كما لو كنا في عهد رمسيس الثاني الذي أزال اسم رمسيس الأول وهكذا ... وبعد أن كانت هيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية رائدة الهيئات على مستوى الجمهورية وان باقي الهيئات كانت تسترشد بما يتم في الإسكندرية أصبحت الآن تدار بعقلية بيروقراطية روتينية بحتة ولا يتم البحث إلا عن بدلات حضور الجلسات وأتفه الموضوعات وانتهى عهد الفكر الراقي والمبادرات الخلاقة ووأدت أفكار محي الدين الشاذلي وخلفاؤه الذين أكملوا عدد الخمسة ونذكر على سبيل المثال انه أول من فكر في عمل دورات تدريبية للمرشدين السياحيين الذين يعتبروا هم الرواد الأوائل في الإرشاد السياحي – وكان أيضا من أفكاره أن العمل السياحي

لابد وأن يرتبط بالعمل الفني فالمسرح والفنون الشعبية عناصر هامة لتنشيط حركة السياحة فأنشأ فرقة الإسكندرية المسرحية وفرقة إسكندرية للفنون الشعبية وكان محي الدين الشاذلي يقدم دعما للفرق المسرحية الوافدة في فترة الصيف للإسكندرية ومعنى ذلك انه كان هناك خط فكري واضح لتنشيط السياحة للإسكندرية أما الآن فللأسف هناك ممحاة لمحو هذا الخط ولك الله يا مصر ويا إسكندرية .

اللواء عبد القادر محمود – علامة متميزة

كان المرحوم اللواء عبد القادر محمود متوسط القامة اسمر اللون ثاقب النظرات والحقيقة انه كان رغم قامته المتوسطة عملاقاً متميزا بعلمه وسعة افقه وخبرته الواسعة وأسلوبه المتميز في الحديث والكتابة – وهو من مواليد حي رأس التين بالإسكندرية وحصل على البكالوريوس من مدرسة رأس التين الثانوية وكان أول شهادة البكالوريا في القطر المصري وتلقى جائزة من الأمير عمر طوسون وتخرج من كلية الشرطة عام ١٩٣٩ وكان أول دفعته وهي الدفعة التي تخرج فيها اللواء ممدوح سالم الذي وصل إلى رئيس مجلس الوزراء ومساعد رئيس الجمهورية وتدرج في العمل بالإسكندرية في قسم الأجانب – والمباحث العامة وقسم حماية الآداب وكان أول قائد لشرطة النجدة عند إنشائها بالإسكندرية ونال العديد من الأوسمة والأنواط أثناء خدمته بالشرطة وكان نشاطه السياحي يتسم بالديناميكية والحركة النشطة فقد أنشأ أول قرية سياحية بالعجمي وهي قرية ناصر السياحية – وأقام مهرجانات الأغنية العالمية بالاشتراك مع منظمة الفيدوف ودعى للإسكندرية الفرق الفنية العالمية كالبولشوي والكوميدي فرانسيس ودعم فرق الإسكندرية للمسرح والفنون الشعبية ، وأمام مسرح بيرم التونسي الذي كانت فرق وزارة الثقافة المسرحية تقدم عليه المسرحيات الصيفية إلى أن نال هذا المسرح ما ناله من نقل ملكيته وتبعيته إلى المحافظة – لتسنده إلى منتج من القطاع الخاص ليؤجره لفرقة تعرض مسرحية "سداح مداح" لفترة قصيرة ثم يغلق لسنوات طويلة ولا يتم الانتفاع منه أو حتى تسديد إيجاره الزهيد .

كما اهتم اللواء عبد القادر محمود بتجميل الميادين وما زال تمثال

الأشرعة المنطلقة بمنطقة السلسلة وتمثال الغزالتين أمام كلية الهندسة بطريق الحرية وساعة الزهور أمام قسم شرطة باب شرق وأقام دورة لتدريب سائقي التاكسي للتعامل مع السياح كما أقام دورة رياضية للشركات والدورة الصيفية لكرة القدم والتي شاركت فيها معظم النوادي المصرية وبعض الدول الأجنبية والعربية – وانجازاته كثيرة وعديدة ورحمه الله يقدر ما أعطى للإسكندرية .

الأستاذ سعد خشانة – رجل العلاقات العامة

الأستاذ سعد خشانة هو ثالث رئيس لهيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية وهو رجل علاقات عامة من الطراز الأول فقد تدرج في هذا العمل إلى أن أصبح مديرا للعلاقات العامة بالمحافظة ثم اختاره المرحوم الدكتور نعيم أبو طالب ليشغل منصب المستشار السياحي بالهيئة وقد أدى دوره بنجاح في مجال التنشيط واهتم بالمعالم السياحية ودعم النشاط الثقافي وأقام أول مهرجان للسينما الذي مازال يعقد حتى يومنا هذا وكان الصحفي كمال الملاخ الأثري هو الذي فكر في إقامة هذا المهرجان بالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة وأمام المعرض الزراعي الصناعي وكانت صلة الأستاذ سعد خشانة بالأجهزة الثقافية والسلك القنصلي مدخله للتنشيط السياحي وقد حصل عدة أوسمة من ايطاليا واسبانيا وفرنسا .

الدكتور أحمد مصطفى – السياحي الدبلوماسي

الدكتور أحمد مصطفى صاحب الثقافة الفرنسية الرفيعة والحاصل على بكالوريوس التجارة من جامعة الإسكندرية ودكتوراه الجامعة من أكاديمية باريس عام ١٩٩٠ عن تطوير السياحة ومشروعات التعاون الدولي لحماية التراث المصري – بدءا من إنقاذ آثار النوبة إلى إحياء مكتبة الإسكندرية القديمة وتوقعات اثر المكتبة على الإسكندرية سياحيا .

وقد عمل الدكتور أحمد مصطفى خبيرا باليونسكو لدى حكومة زائير ومديرا لمكتب السياحة بميناء الإسكندرية ثم رئيسا للهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة حتى عام ١٩٨٥ حيث عين مستشارا سياحيا لمصر في باريس ثم مستشارا سياحيا

باسبانيا والبرتغال وكان ممثلا لمصر في منظمة السياحة العالمية .W.T.O بمدريد ، ويعمل حاليا أستاذا غير كمتفرغ بكلية السياحة والفنادق جامعة الإسكندرية ومعظم المعاهد العليا السياحية ومازال عضوا بمجس إدارة الهيئة ورئيس اللجنة الثقافية بنادي إسكندرية الرياضي اسبورتنج وعضو مجلس إدارة نادي روتاري الإسكندرية وعضو نقابة التجاريين .

والدكتور أحمد مصطفى رغم الفترة القصيرة التي رأس فيها الهيئة الإقليمية إذ لم تتعد السنوات الأربع من ١٩٨١-١٩٨٥ إلا انه وضع الأساس لتثقيف العاملين في المنشآت السياحية والفنادق أقام دورة المضيفين والمضيفات وأمام المهرجانات الفنية والرياضية بالإسكندرية ولقب الدبلوماسي يطلق على الدكتور أحمد مصطفى ليس لأنه عمل بسفاراتنا بالخارج ولكن لأنه يتميز بأدب جم ومجامل وصاحب فكر مستنير ذكاء حاد صريح وهادئ ولن نطيل في الحديث عنه فهو احد معدي هذا الكتاب وله بصمة واضحة وجلية .

السيدة نادية أحمد إبراهيم – قيثارة السياحة

السيدة نادية إبراهيم خريجة قسم اللغة الانجليزية بكلية الآداب جامعة الإسكندرية وعندما تتحدث بطلاقة باللغة الانجليزية عندما نستمع إليها تتحدث باللغة العربية الفصحى اهي خريجة قسم اللغة العربية أم اللغة الانجليزية فهي تملك ناصية اللغتين ملكا تاما وكانت من الرعيل الأول الذي قام على أكتافه مكتب وزارة السياحة بالإسكندرية وكان يضم أيضا مكتب الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي كفرع للهيئة بالإسكندرية وقد تبوأت وظيفة مدير عام مكتب وزارة السياحة لفترة ليست قصيرة إلى أن أصبحت وكيل أول وزارة في نفس المكتب .
وهي حاصلة على دبلوم عال في إدارة السياحة من منظمة العمل الدولية بتورينو بإيطاليا ودبلوم عال في إدارة تسويق المؤتمرات من فيلادلفيا بالولايات المتحدة الأمريكية ولإجادتها اللغة الانجليزية إجادة تامة فهي القاسم المشترك في كافة المؤتمرات السياحية الدولية بالخارج وكانت عضوا في الوفد الديني رأسه السيد وزير السياحة لعقد اتفاقية سياحية مع تركيا – وكانت عضوا نشطا في الوفد

المصري لمؤتمر الاستا بأكابلكو بالمكسيك عام ١٩٧٨ ومؤتمر ميونخ عـام ١٩٧٩ ومؤتمر هاواي عام ١٩٨١ كما راست وفد محافظـة الإسـكندرية فـي بورصـة السياحة العالمية ببرلين عامي ١٩٨٨ ، ١٩٨٩ .

وتميزت أثناء عملها في وزارة السياحة بدقة الفحـص وشـمول الرؤيـة والفكر المنظم فحازت ثقة واحترام وتقدير كل العـاملين فـي القطـاع الـسياحي بالإسكندرية وكانت أول وكيل وزارة لمكاتب وزارة السياحة بالإسكندرية منذ إنشاء المكتب في الخمسينات وحتى الآن وكما كان لها ريادتها وأسـتاذيتها فـي العمـل بوزارة السياحة فقد تحولت هذه الأستاذة إلى عطاء فيـاض لأجيـال جديـدة مـن الدارسين وطلاب العلم في كلية السياحة والأكاديمية العربية للعلـوم والتكنولوجيـا حث تقوم بتدريس مادة التنمية السياحية ونظرية السياحة والتخطيط السياحي ويسعد طلابها بتلقي العلم الأكاديمي مع التطبيقي من خلال محاضراتها المتميـزة باللغـة الانجليزية .

وإطلاق لقب فيثارة السياحة على السيدة نادية إبـراهيم لـيس مـن بـاب المجاملة فكما هي رائدة سياحية كبيرة بالإسـكندرية وكمـا وهبـت ملكـة الإدارة والتدريس فقد وهبها الله ملكة الأداء الإذاعي فصوتها ينطلق دافئـا عبـر أسـلاك الأثير أو مجلجلا في التمثيليات الإذاعية التي تؤديها بكل الهواية الفنية النابعة مـن أعماقها ولذلك فإن المسئولين عن السياحة بالإسكندرية اقتنـصوا فرصـة عطائهـا الإداري والعلمي واستغلوا جمال صوتها وطبقاته الذي يبدأ من النغم الهادئ النـاعم إلى الصوت القوى المؤثر والنبرات القوية وكأننا نستمع إلى سلم موسـيقي متعـدد الطبقات ولذلك فهي فيثارة للسياحة وللفن .

وتأكيدا على هذا القول فقد قامت بالتعليق على أفلام الفيديو التـي أنتجتهـا الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة وخاصة فيلم الإسكندرية حبيبتي بـاللغتين العربيـة والانجليزية – ولا ننسى أن مشاهدة انجليزية توقفت أمام جناح الإسكندرية والـذي أقيم لأول مرة عام ١٩٨٨ وأثناء عرض الفيلم اسـتمعت وشـاهدت هـذه الـسيدة الانجليزية الفيلم وسألت هل يعمل لديكم في مصر خبراء انجليز للتعليق على هـذه

الأفلام ؟؟ سؤال كانت إجابته تقديم السيدة نادية إبراهيم للسائحة الانجليزية في برلين لتشرح لها بالانجليزية معالم الإسكندرية السياحية .

السيدة سلوى أبو زيد – الشعلة المنطلقة

هي السيدة المبتسمة الهادئة الرائعة – التي تقول بعد أن تقاعدت "إنني سعيدة بما أنجزته" وانجازها رائع فقد بدأت العمل بعد تخرجها من كلية الآداب قسم التاريخ بالعمل في مصلحة السياحة ثم في الهيئة المصرية العامة مع العمالقة من محمد نسيم وسيد موسى ووصلت إلى درجة وكيل الوزارة وكانت مسئوليتها من أهم المسئوليات فقد كانت المسئولة عن الدعاية والإعلام وإدارة المطبوعات والحملات الدعائية الداخلية – ووضع خطط لتغطية المناطق السياحية وكانت أول من استفاد من الأفلام الاسلايدز المرئية والمسموعة وتم توزيع هذه الأفلام السياحية على المكاتب السياحية في الخارج سافرت في مهام سياحية إلى النمسا وفرنسا واستراليا وتركيا – وكانت مسئولة عن الدعاية لمصر في إطار جملة تشجيع السياحة من جنوب شرق آسيا – كما كانت مسئولة عن سباق اليخوت ورالي الفراعنة – وكانت تشكل مع السيدة نادية إبراهيم وخليفتها السيدة ناريمان حسن التي حملت الراية بعدها كان هذا الثلاثي الرائع الأداء والواجهة السياحية المشرفة في تعاون تام مع الهيئة الإقليمية ولعل مشاركتهن الفعالة في كل الأحداث السياحية بالإسكندرية كانت تسهل من عمل الهيئة خاصة وان السيدتين نادية إبراهيم وسلوى أبو زيد كانتا من أعضاء مجلس إدارة الهيئة الإقليمية وساهمتا بجهد وافر في كل المهرجانات والأنشطة السياحية المختلفة وكذلك نحن نعتبرهما من الرواد الذين ننحني أمام عطائهما وإخلاصهما لعملهما .

السيدة فوقية عمارة – الدينامو البشري

السيدة فوقية عمارة نموذج حي للأداء الوظيفي المتميز – حاصلة على ليسانس الآداب قسم اللغة الفرنسية من جامعة الإسكندرية – عملت بالهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة منذ تخرجها حتى التقاعد الوظيفي – عملت مع الرواد الأوائل للهيئة بدءا من محي الدين الشاذلي وعبد القادر محمود إلى المدير الخامس لها –

سيدة لها حضورها وشخصيتها المتميزة – شاركت في كـل الأحـداث الـسياحية الأنشطة التي قامت الهيئة بتنفيذها بدءا من مهرجان الأغنيـة الأول لـدول البحـر المتوسط إلى مهرجان اسكندريات العالم الأول والثاني ومثلـت الإسـكندرية فـي معرض طرابلس الدولي – كانت تشرف على جنـاح الإسـكندرية فـي مهرجـان المحافظات الذي كان يقام كل عام في محافظة مختلفة ، وأسهمت بجهد كبيـر فـي إعداد البرامج السياحية للإسكندرية – وكانت تشرف بكل الاجتهـاد والجـد علـى المنشآت السياحية التابعة للهيئة وقامت بدور فعـال ونـشط فـي إقامـة معـرض الإسكندرية الزراعي الصناعي الذي أقيم في دورته الأولى بالشاطبي ثم عند انتقاله إلى الموقع الجديد له في مدخل الطريق الزراعي عام ١٩٨٦ وقد رفـضت العمـل بدرجة أكبر في ديوان المحافظة لأنها كانت تشعر أن الهيئة الإقليميـة هـي بيتهـا الثاني ولم تسع إلى الإعلام عن نفسها ولم تطمع في منصب أو وظيفة إنمـا كانـت تؤدي عملها بكل همة ونشاط وكأنها تقوم بأسمى الأعمال – إخلاصها وتفانيها فـي العمل وفكرها وموسوعيتها عن الهيئة مازالت محل تقدير الجميع .

السيدة خديجة البهتيمي – المشاركة النشيطة

منذ تخرجها من كلية التجارة والتحاقها بالعمل بالهيئة الإقليمية شاركت في كل أنشطة الهيئة حتى تلك الأنشطة التي كانت مقصورة علـى الرجـال الأشـداء ونقصد بها الأنشطة الرياضية فكانت تحضر اجتماعات اللجان المختـصة بالـدورة الصيفية ككرة القدم ودورة الشركات وتحضر المباريات وتهتم بكل تفاصيل إقامـة الفرق المشاركة وكانت لا تتوانى عن السهر – أما دورها في مجـال الـشواطئ المتميزة وإدارة الشواطئ بصفة عامة فكنت تشاهدها تقف للإشـراف علـى مـن يعملون بالشواطئ لا تعبأ بالحر أو الشمس الحارقة أو حتى البرد القارس وإنما هي المشاركة الفعالة – في أثناء إنشاء المعرض الزراعي الصناعي لم تكـن الـسيدتين فوقية عمارة وخديجة البهتيمي يتركان موقع العمل منـذ الـصباح البـاكر وحتـى المساء إلا بعد أن يشعرا بأنه أصبح من الضروري والمحتم مغادرة موقع العمـل – تحملت مسئولية القافلة السياحية المتجهة إلى ليبيا كما تحملـت مـع بـاقي الوفـد

السياحي من الهيئة الذي مثل الإسكندرية في كل من تركيا وروسيا النشرات الدعائية وكتيبات – صاحبة رؤية ورأي وعندما تعتقد أن ما تراه صائبا فإنها تصر على رأيها مهما كان الرأي الآخر معارضا لرأيها أنها سيدة من طراز فريد شاركت بنشاط وهمة تستحقان التقدير في أعمال هيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية حتى تقاعدها عام ٢٠٠٥ بعد أن عملت بكل الإخلاص والجدية ولذلك فهي تستحق مع السيدة فوقية عمارة أن تكونا من الرواد الذين نعتز بهم ونحترمهم ونقدرهم .

سطور للتاريخ ..

ما سبق كان عن رواد التنشيط السياحي بقدر ما أتيح لنا من معلومات عنهم وهؤلاء الرواد وغيرهم بشر يصيبوا ويخطئوا ينجحون في عمل ولا يصادفهم الحظ في أعمال أخرى – لكننا سلطنا شعاعا من الضوء على شخصياتهم وعن انجازاتهم وعن أعمالهم وهؤلاء الرواد قدوة في أدائهم لعملهم وما سطروه في تاريخهم الوظيفي مبعث فخر ليس لهم فقط ولكن لنا وللأجيال القادمة ولم نسجل ما سجلناه عنهم إلا إيمانا بنا بما قدموه لبلدهم ولإخلاصهم لعملهم ولأنهم كانوا قدوة لنا وللأجيال القادمة .

وما سنسجله هنا للتاريخ وهو الذي سيحاسبنا على كل كلمة أو حرف نكتبه وليس هدفنا أن نقلل من شأن احد أو نقدح زيدا أو نعرض بعبيد ولكن من ملاحظتنا ومن المقارنة التي نعقدها ومما تحت يدنا من أوراق وللأجيال القادمة وللقيادات الحالية التي عليها بل من واجبها أن تمحص وان تستعرض مسئولية كل فرد يعمل في هذا القطاع الهام والحيوي – وما يقوم به من أعمال وعليها أن تصحح المسار فهذه مسئولية سيحاسبنا الله عليها وما سنذكره ليس خافيا ولا سرا وإنما هي أشياء يشاهدها الجميع وسمع بها الجميع ويعلمها الكبير قبل الصغير بل أن بعض الأخطاء والمآخذ وافق عليها وأقرها رياسات هذه القيادات ولسوء الحظ فإن العقد الأول من الألفية الثالثة بدأ بداية غير طيبة وإذا استمرت أيام وسنوات هذه الألفية على نفس النمط فالله الأعلم عما ستئول إليه الأمور.

في بداية الألفية أصبح مركز سياحي شاغرا بتقاعد شاغله ولان قيادات

فاسدة كانت بيدها الأمور فأتوا بمن يسايرهم في مساوئهم حتى تكون الوتيرة واحدة والعازفون منسجمون في إيقاع يتفق مع ما جلبوا عليه من الاستفادة القصوى من مواقعهم فالفساد ساد وأصبح الإصلاحيون ينزوون خشية أن يصيبهم رذاذ هؤلاء المفسدون تسلمت هذه القيادة السياحية زمام أمور إدارة سياحية وكانت تسير سيرا جيدا بعدد محدد من العاملين والموظفين فإذا بالعدد يتضاعف خمس أو ست مرات والمحاسيب لابد وأن يأتوا والزملاء السابقين لابد أن يتواجدوا وما العمل الذي سيوكل إلى هؤلاء لا عمل إلا أن يقف عدد منهم ليقدم التحية لرئيسهم الذي أتى بهم أو يمشون أمامه ليفسحوا له الطريق أو خلفه ليحملوا له محاميله أو ليجد من بين هؤلاء العاملين من يقوم بتدريس اللغات الأجنبية للمحروس في المنزل وأيضا لمن يقضي طلبات الحكومة المنزلية .. أو قيادة سيارة تابعة للعمل صرف عليها آلاف الجنيهات لاستعمال سيادة الحكومة المنزلية – ولو افترضنا أن ذلك تم دون معرفة رياسات هذه القيادة – ألم تقدم أجهزة الإعلام ما كتب عن ذلك في الجرائد والمجلات – أليس من مهازل القدر أن تكون مهمة هذه القيادة التي شغلته وشغلت الجميع أن ينشأ دورة مياه خاصة به ملحقة بمكتبه ويتم صرفها الذي تساقط على موقع اثري هام وتنعقد اللجان وتكتب التقارير وتصدر قرارات الإزالة من الجهات المختصة ولكن لان هذه القيادة تجد من يدافع عنها ولماذا يدافع عنها ؟ لأول مرة في تاريخ السياحة تفرض رسوم يقال عنها مقابل خدمة ولماذا للتوقيع على قائمة الأسعار ولماذا ؟؟ لتوفير المطالب الإدارية والفنية للعاملين بالإدارة ومصروفات انتقال المفتشين القائمين بأعمال المعاينة وحوافز للقائمين بكتابة وتحرير قوائم الأسعار والمجدين بالإدارة أوجه الإنفاق الأخرى الخاصة بالإدارة وللأسف الشديد حصيلة هذه المبالغ توزع بلا ضابط ولا رابط وعلى من وافق على هذا الرأي ومديري مكاتبهم وكل ذلك بالمخالفة لقرارات رئيس الوزراء والغريب أن كل ذلك نشر بوسائل الإعلام المختلفة – أليس من المؤسف والمحزن بل والمخزي أن يتفتق ذهن قيادة سياحة وابتداع فكرة جديدة وهي كوتشينة بعدد أوراق الكوتشينة المعروفة ظهرها مكتبة الإسكندرية والوجه المزارات السياحية بالثغر وان هذه الكوتشينة ستوزع تذكارا على ضيوف المكتبة وفي الفنادق والبازارات بالمجان!!

أليست مأساة أن يستصدر من لا صلة له أو اختصاص من قريب أو بعيد بالقانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ أن يستصدر قرارا يخول له صفة مأمور الضبط القضائي وذلك بالنسبة للجرائم التي تقع بالمخالفة لأحكام القانون المشار إليه في شأن المنشآت السياحية والفندقية وهذه المنشآت لا تتبعه ولا تخضع لاختصاصه - المؤسف والمحزن أن وسائل الإعلام تفتح أبوابها على مصراعيها لتطل على القراء والمشاهدين بأخبار اقل ما توصف به أنها كاذبة ومحض خيال كإنشاء مدينة متكاملة للألعاب المائية وأخرى على غرار ديزني لاند وإنشاء مدينة للسينما وتعديل بعض القوانين والتشريعات السياحية للجذب السياحي البحري - أما أهم الأعمال التي تقوم بها هذه القيادة سنوياً هو المشاركة مع الفنانين في اختيار ملكة جمال الصيف - الحديث الموثق والمؤكد يحتاج لصفحات وصفحات ولكننا أردنا أن نسجل وللتاريخ فقط نوعية القيادات والفارق الكبير بين الغث والثمين فمن تحدثنا عنهم وعن ايجابياتهم يستحقون بكل الصدق والحق والأمانة أن نقف إجلالا واحتراما لعملهم ولعلمهم ولتجردهم ولوطنيتهم ولإخلاصهم أما الآخرين فلسنا نحاكمهم ولا نسألهم ولكن نتركهم للتاريخ ليحكم عليهم أو لهم وهل أعمالهم تتصل بالسياحة أم لا وإذا أردنا أن نورد مثالا آخر من تلك الأمثلة الغثة فالحديث عن قيادة تولت منصبها بمحض الصدفة فلم يكن أمام من رشحها لتولي المنصب إلا خيارين وكان هذا الأقل سوءا ولكن في الظاهر فما أن تولى حتى ظهرت السوءات وبعد قيادة حازمة قوية شامخة شاهدنا قيادة متهرئة ضعيفة تجري بالخطوات لتحظى بشرف لقاء الفاسدين ويرفض الفاسدون لقاؤهم - قيادة استطاعت أن تلغي عشرات السنين في شهور بسيطة - أول انجاز لها هو تقسيم العاملين إلى مع وضد ، وتمكنت هذه القيادة من تشويه الماضي برمي الرموز بسهام السوء فهو لم يتأثر بأي سطر من سطور التجارب العديدة التي خاضتها الرموز المحترمة ولم تجد هذه القيادة إلا إعادة طبع ما سبق وتم نشره ووضع اسمه مكان من سبقه - إن البيروقراطية أصبحت هي الحاكمة وتمر الأيام والأسابيع والشهور ولا يوجد أي فكر سياحي أو عمل يثري القطاع السياحي هل كل ما سبق يدخل في مجال التنشيط أو حتى مجال السياحة بصفة عامة - لقد ذكرنا هذه الأمثلة وذلك بعد أن

قدمنا للقارئ الرواد والقمم – ولعل –هناك بصيص من ضوء أن يظهر من يزيـل هذه الغمم التي لطخت الثوب السياحي – والتي لا تمت للعمل الـسياحي إلا بأنهـا على قمتها ، ولتأخذ هذا العمل وتهبط به إلى القاع ، ولك الله يا مصر .

الفصل الثالث

علاقة التنشيط السياحي بالعلوم المختلفة

الفصل الثالث

علاقة التنشيط السياحي بالعلوم المختلفة

علينا الآن أن تربط التنشيط السياحي بالعلوم المختلفة بأسلوب قد يكون مختلف ظاهريا عن ارتباط علم السياحة بهذه العلوم ولكن في الواقع وحقيقة الأمر أن ارتباط التنشيط السياحي بالعلوم من وجهة نظر تنشيطية بمعنى كيفية الاستفادة من العلوم المختلفة في العمل التنشيطي .

التنشيط السياحي وعلم التاريخ

علم التاريخ هو العلم الذي يمكن أن يطلق عليه إطلالة على الماضي وهذه الإطلالة لابد وأن يتم الاستفادة منها ومن التاريخ الذي مر على البلد والحقب المختلفة والحضارات المتعددة التي تعاقبت وليس التاريخ هو الأحداث السياسية فقط ولكن الجوانب الدينية والمعمارية والفنية – ويعتمد التاريخ بالدرجة الأولى على كتابات المؤرخين بل أن الكتب المقدسة تعطينا بعدا رائعا ولا يعتبر التنشيط السياحي جزءا هاما من العمل السياحي إلا إذا استطاع الاستفادة القصوى بما حدث في الماضي بما فيها الأساطير والقصص التي تم تسجيلها وانتصارات الجيوش أو هزيمتها أو الثورات التي قامت وطقوس الحفلات والمهرجانات التي كانت تقام وحفلات الزواج ولابد أن نعترف لعلماء العرب فضل الريادة في مجال التاريخ وكذلك الرحالة العرب فالمتابع لكتابات المقريزي والمسعودي والسيوطي وغيرهم سوف يقدر لهم أنهم بذلوا الجهد ، أما الرحالة الأوروبيين الذين جاءوا إلى مصر في العصور الوسطى للبحث عن جذور الحضارة المصرية القديمة التي أثرت على حضارة أجدادهم من اليونان والرومان – وبعيدا عن البعد العسكري المقيت للحملة الفرنسية التي كانت وبالا على مصر فإن البعد الثقافي والتاريخي الذي تمثل في كتاب وصف مصر الذي سجل من بين ما بسجل آثار مصر والحياة فيها في هذا العصر .

وقد يتساءل سائل وما دخل التنشيط السياحي والتاريخ الحضاري والإجابة لن نذكرها مجردة ولكن بصورة عملية فقد تم الاستفادة من التاريخ في مناسبات

تنشيطية مختلفة فأوبرا عايدة ذلك العمل الفني الرائع والذي أقيم مرات في الأقصر ومرات تحت سفح الهرم إنما هو عمل فني تاريخي من أزمان بعيدة وتمكن معدوه ومخرجوه ومؤدوه من تجسيد حكاية تاريخية بهدف تنشيط السياحة لمصر – وإذا كان هذا العمل الفني قد جسد التكامل التام بين الدراما والموسيقى والذي يتابع التاريخ قد يتذكر النجاح الكبير منذ أول عرض لأوبرا عايدة بالقاهرة عام ١٨٧١ فقد كلف إسماعيل باشا خديوي مصر فيردي بتلحينها لافتتاح دار أوبرا القاهرة بمناسبة افتتاح قناة السويس عام ١٨٦٩ .

ولولا التاريخ الحضاري ما تم إعادة إحياء مكتبة الإسكندرية التي أصبحت الآن حجر الزاوية لتنشيط السياحة لمدينة الإسكندرية وأصبح اسم المدينة يتردد يوميا في كافة أنحاء المعمورة ولولا قراءة التاريخ ما أمكن لصاحب فكرة مهرجان اسكندريات العالم أن يقيم هذا المهرجان فاسم الإسكندرية التي تسمى باسمها سبعة عشر مدينة في حال فتوحات الإسكندر الأكبر والتي وصل بعد ذلك إلى ما يقارب الخمسين مدينة في مختلف أرجاء العالم شرقه وغربه وشماله وجنوبه ، ولولا الاطلاع على التاريخ الحضاري ما تمكن منفذو هذا المهرجان من عمل تجسيد موسيقي درامي لقصة وتاريخ الإسكندرية من خلال الأزياء التي ارتداها البشر في عصورها المختلفة من العصر الفرعوني واليوناني والروماني والعربي مرورا بالحقب التاريخية التي كانت في العصر العربي الأيوبيين والشراكسة والأمويين والفاطميين والعصر المملوكي والعصر العثماني ثم عصر محمد على وخلفائه وصولا إلى الملك السابق فاروق كل هذه العصور تم إظهارها في قالب فني رائع من خلال الملابس .

ولو رجعنا إلى الوراء طويلا فعلى ارض مصر رصد التاريخ انبعاث أول عقائد البشر الدينية والتوحيدية ومن خلال رؤية عميقة للتاريخ لربط الأصول بالحاضر انطلاقا للمستقبل ومن القراءة الواعية للتاريخ نصل إلى أن مجيء السيد المسيح والعائلة المقدسة إلى مصر من أهم الأحداث التي جرت على ارض مصر في تاريخها الطويل وحسب المصادر التاريخية القبطية كانت هناك ثلاث طرق

يمكن أن يسلكها المسافر من فلسطين إلى مصر ولكن العائلة المقدسة عند مجيئها من فلسطين إلى مصر لم تسلك أي من الطرق المعروفة ولكنها سلكت طريقا آخر خاصا بها ورحلة العائلة المقدسة في مصر استغلتها وزارة السياحة في عهد ممدوح البلتاجي وزير السياحة الأسبق الاستغلال الطيب بان طبعت اللغات المختلفة كتيبا فخما باللغات العربية والانجليزية والفرنسية ولغات أخرى وقد كان تهافت السياح الأجانب وأيضا الإخوة الأقباط المصريين رائعا ، ولكن لو أن وزارة السياحة من خلال الهيئات الإقليمية الموجودة في محافظات مصر والتعاون مع وزارة الثقافة وهيئة الآثار اهتمت بالأماكن التي مرت بها العائلة المقدسة بين مدينتي العريش وبور سعيد وهي المنطقة التي تسمى بنيلزميوم في الناحية الشمالية من صحراء سينا وتقام فيها أماكن مجهزة واستراحات ويخطط مسار العائلة المقدسة من موقع نيلزيوم إلى تل بسطا بالغرب من مدينة الزقازيق إلى مسطرد ثم بلبيس ثم منية سمنود ثم إلى سخا بمحافظة كفر الشيخ ثم إلى وادي النطرون وكان يسمى الاسقيط ويقال أن السيد المسيح وأمه العذراء باركا هذا المكان والواقع أن هناك مجموعة من الأديرة الرائعة في هذه المنطقة هي دير الأنبا مقار ودير البراموس ثم ارتحلت العائلة المقدسة جنوبا ناحية مدينة القاهرة وعبرت النيل إلى الناحية الشرقية متجهة ناحية المطرية وعين شمس ثم منطقة الزيتون ومنها إلى مصر القديمة ثم إلى منطقة المعادي (احد ضواحي منف عاصمة مصر القديمة) ثم أقلعت العائلة المقدسة في مركب شراعي متجهة نحو الجنوب في البقعة المقام عليها الآن كنيسة السيدة العذراء المعروفة بالعدوية لأنها منها عبرت أو (عدت) في رحلتها للصعيد ومنها جاء اسم المعادي ، ووصلت العائلة المقدسة قرية الجرنوس مركز مغاغة ثم قرية صندفا والبهنسا التي تقع على مسافة ١٧كم غرب بني مزار ثم بلدة سمالوط ثم الاشمونين ثم ديروط فالقوصية ثم إلى أهم المحطات التي استقرت فيها العائلة المقدسة الدير المحرق والذي سمي المكان باسم بيت لحم الثاني.

ويحدثنا الدكتور محمود كامل في مؤلفه السياحة الحديثة علما تطبيقا الصادر عام ١٩٧٥ عن الطرق التاريخية في شرق الدلتا وهي تطبيقات على

مناطق تاريخية مصرية غير المناطق التقليدية وقد سماها اسما رائعا "المغناطيسيات السياحية الجاذبة" وأن دراسة هذه المنطقة تعميريا بوعي سياحي يتضح أنها منطقة من أغنى مناطق العالم بالمغناطيسيات السياحية الجاذبة التي تعتمد على خلفية تاريخية فذة – ويستطرد الدكتور محمود كامل أن الثابت أن هذا القطاع من منطقة أقصى شرق الدلتا وغرب قناة السويس لم ينل أي اهتمام من القائمين على ما يسمى في التشريعات المصرية (تنشيط السياحة) ولم يرد له أي ذكر في أي بيان نشر بأية لغة مع انه يضم ثروة ضخمة ولها ثلاث طرق تاريخية لا تطاول في عراقتها وشهرتها أي طرق أخرى مما يطلق عليها تجاوزا عنوان الطرق التاريخية سواء في أوروبا أو أمريكا – وقد زاد من إيمان الدكتور محمود كامل بوجوب العناية باستغلال الطرق التاريخية في مصر سياحيا على اثر مهمتين سياحيتين كلفته بها الأمم المتحدة في باكستان وأفغانستان حيث تبين مدى التركيز على الطريق التاريخي الذي سلكه الإسكندر الأكبر لغزو تلك الدولتين وأن هناك تركيزا على هذا الأمر في جميع المطبوعات الإرشادية الأمريكية والأوروبية كما كلف أيضا بمهمة أخرى خاصة بالطريق الذي سلكه مكتشفو منابع النيل – ويقرر انه يتبقى ترجمة مفهوم الطرق التاريخية إلى خطط عملية تنبثق منها مشروعات سياحية تستهدف التنمية والتعمير وكيفية الربط بين هذه المشروعات والسياحة فالطرق التاريخية يمكن أن تجتذب أكبر عدد ممكن من السياح لو استغلت الاستغلال السياحي الأمثل ، وإذا كنا قد تحدثنا من الناحية التاريخية عن دخول العائلة المقدسة إلى مصر أو ما يطلق عليه رحلة العائلة المقدسة إلى مصر فإن الدكتور محمود كامل يحدثنا عن طريق الخروج .

طريق الخروج :

أصبح من الثابت طبقا لأرجح آراء المؤرخين المتوفرين علي دراسة تاريخ مصر القديم أن " خروج" موسي عليه السلام مع نحو خمسة آلاف من أتباعه ممن يسمون " بني إسرائيل " باعتبار أن موسي من سلالة لاوى بن يعقوب المعروف باسم إسرائيل أصبح من الثابت أن هذا " الخروج " قد وقع في عهد

رمسيس الثاني (١٢٩٢ – ١٢٢٥ ق.م) كما أصبح من الثابت أن " الخروج " قد حدث في شهر إبريل ، ذروة الموسم السياحي في مصر ، وأنه سلك طريقا يبدأ من " قنطير " وهي نقطة تقع علي بعد أربعة أميال شمال فاقوس علي بحر فاقوس . وهو الفرع البيلوزى القديم من فروع النيل ، واسم " قنطير " هو الاسم العربي لهذه الناحية ، أما اسمها الفرعوني فهو " بي – رمسيس " المقر الشمالي للفراعنة منذ رمسيس الثاني إلي آخر عهد أسرة رمسيس كما أنها كانت عاصمة حكومة الدلتا ، وقد اختير مكانها لأنها تقع علي بحر فاقوس (الفرع البيلوزي) عند مخرج طريق صالح للملاحة لا يزال باقيا إلي اليوم (مصرف بحر فاقوس) الذي يتصل ببحر مويس (الفرع التانيسي) عند صان الحجر (تانيس) ، ويضم متحف " اللوفر" قطعا رائعة من الفخار اللامع كانت تزين مدخلا لقصر من قصور " قنطير " الفخمة في عهد سيتي الأول ، وإلي عهد قريب أجريت الحفائر للتنقيب عن الآثار في " تل الضبعة " شمال فاقوس علي مقربة من المكان الذي كان يعرف باسم " قنطير " و "بي – رمسيس".

وكانت أول مرحلة من " طريق الخروج " لمسافة عشرين كيلو مترا في اتجاه الشرق من " قنطير " شمال فاقوس – قطعها موسي ومن معه في يوم ، فوصل إلي " سقط " التي تقع في مكان بلدة " الصالحية " الحالية أو الخرائب المتاخمة لها ، وقد أشارت " بردية انستاسي " في صدد تحديد مكان " سقط " إلي البحيرات والمستنقعات المجاورة للمنطقة والتي كان الفراعنة يستخدمونها لصيد الطيور مستخدمين قوارب مصنوعة من غاب خفيف الوزن لتمكينهم من الاقتراب من الطيور وصيدها بالأقواس والسهام وباق منها إلي اليوم بحيرة أكياد .

والمرحلة الثانية من " طريق الخروج " في اتجاه الشرق من " سقط " أي الصالحية إلي نقطة في صحراء " ايثام " علي بعد ٢٦ كيلو مترا في الأرض الصحراوية التي تقع إلي شرق (الصالحية) الحالية والتي كانت تمتد – قبل شق قناة السويس – إلي الأراضي المنخفضة شمال غرب سيناء ، وهي منطقة كانت تلح مشروعات الري في وزارة الأشغال إلي عهد قريب علي إمكان ريها بماء النيل

وتحويلها – كما يقرر المهندس علي شافعي في بحث له بالإنجليزية عن " الخروج" – إلي أن أرض " ايثام " في عهد " الخروج " – كما هو حالها اليوم – يسكنها بدو من العرب كان المصريون القدماء يسمونهم " شاسو " . كما أطلق " هيرودوت " علي هذه المنطقة كلها من شرق الدلتا اسم " العربية " وفي العهد الروماني امتد اسم " العربية " فأطلق أيضا علي المنطقة المحيطة بفاقوس ، والمكان الذي استقروا فيه بعد المرحلة الثانية يقع إلي غرب " ثيل " مكان القنطرة " الحالية ، فإلي هذا المكان كانت تتجه ترعة من مياه الفرع "البيلوزى " وكانت مياهها تسمي مياه " حورس " أي الصقر ، أما مياه الفرع البيلوزى نفسه – وهو فرع النيل الشرقي – فكانت تسمي مياه " رع " أي الشمس ، أي أن " ثيل " – " القنطرة " – كانت تقع علي ترعة صالحة للملاحة ، وكان " حورس " إله المنطقة المحلي .

والمرحلة الثالثة من " طريق الخروج " في اتجاه الشمال الشرقي – من " ثيل " في صحراء " ايثام " مسافة ٢٤ كيلو متر أو خشية التيه في الصحراء التي كانت تمتد إلي الشرق في سيناء ساروا في اليوم الثالث داخل دلتا النيل متجهين إلي " يم صوف " وهي المنطقة التي تقع الآن بين " البلاح " وبحيرة المنزلة شمال القنطرة وأرضها منخفضة وهي منطقة كانت ملأى بالمستنقعات التي ينمو فيها الغاب بكثافة ، غرب قلعة "المجدل" التاريخية التي كانت تقع في سيناء شرق قناة السويس الحالية إلي يمين " طريق الخروج " ومستنقعات الفرع البيلوزى إلي يساره ، والظاهرة الجغرافية الواضحة – إلي اليوم في هذه المنطقة من بحيرة المنزلة كما في بحيرة البرلس أن مياههما ضحلة تتأثر تأثرا عظيما باتجاه الريح فإذا هبت من الشرق إلي الغرب جرفت المياه أمامها إلي حد يمكن من اجتياز قاع البحيرة . وإذا عادت الريح فاتجهت إلي الشرق تكررت الظاهرة نفسها في هذا الاتجاه . وجفت حتى مكنت من العبور .

والمرحلة الرابعة من " طريق الخروج " بعد عبور البحيرة قد استمرت خلال الأيام الثلاثة : الخامس والسادس والسابع من الرحلة – في صحراء " الشيحور " بالتعبير المصري القديم أو " الشور " بالتعبير العبري " متجهين جنوبا –

شرق قناة السويس الحالية في سيناء – إلي المنطقة المعروفة باسم " تل أبي صـــيفة " وتقع إلي شرق القنطرة شرق ، وهذه المنطقة جزء مـــن صـــحراء " ايثـــام " أو صحراء " الصالحية " أو منطقة "العربية" التي كانت متصلة لا تفصل قناة الـــسويس بينها ، وقد ظل موسي ومن معه يجوبون هذه المنطقة . وهذا التيه ثلاثة أيام بحثـــا عن الماء، ولما كان الجمل لم يستخدم في مصر إلا بعد غزو الفـــرس الـــذي وقـــع الخروج قبله فإن الأرجح أن الدواب التي استخدمت في رحلة " الخـــروج " هـــي " الحمير " التي كان البدو يروضونها علي الظمأ مدة تصل إلي ثلاثة أو أربعة أيام ، كما كان المصريون القدماء يستخدمونها أثناء عمليات اســـتغلال منـــاجم النحـــاس والفيروز في سيناء .

وغني عن البيان أن أهل إسرائيل الحاليين المهاجرين من روسيا وأوروبـــا الشرقية – لا صلة عرقية لهم علي الإطلاق ببني إسرائيل الذين ســـلكوا " طريـــق الخروج " وإنما هم سلالة " الخزر " الذين من أصل آسيوي منغـــولي لـــم يعتنقـــوا اليهودية إلا في نهاية القرن السابع الميلادي أي بعـــد " الخـــروج " بـــألفي عـــام ، وليسوا إطلاقا من الجنس السامي كما أن لغتهم " اليديـــة " لا علاقـــة لهـــا باللغـــة العبرية وإن استخدمت أبجدية هذه الأخيرة فيما بعد ، أي أنه لا صلة تربطهم بهـــذه المنطقة من الشرق العربي ، تاريخيا أو جغرافيا ، أو حضاريا .

طريق ((العائلة المقدسة))

والطريق التاريخي الثاني من الطرق التاريخية التي تنفرد بها هذه المنطقة من شرق الدلتا هو طريق هروب " العائلة المقدسة " المسيح عيسي عليـــه الـــسلام ومريم ويوسف النجار وسالومي ، فالإجماع يكاد ينعقد علي أنها وصلت مصر عن طريق "الفرما" التي تعرف آثارها اليوم باسم " تل الفرما " علي بعـــد ثلاثـــة كيلـــو مترات من البحر الأبيض المتوسط شرق بورسعيد ، ولا تزال توجد بالقرب من تل الفرما أطلال قلعة قديمة تسمي قلعة الطينة وإليها تنسب " محطـــة الطينـــة " التـــي تسجلها الخرائط وقد اتجهت " العائلة المقدسة " بعد ذلك إلي " بسطة " وهي ضاحية متاخمة للزقازيق تعرف الآن باسم " تل بسطة " ثم هبطت جنوبا إلي بلبيس وبعدها

اتجهت إلي المطرية فبابليون " مصر القديمة " حيث اختبأت في المكان الذي تقوم فيه الآن كنيسة أبي سرجة ، وسوف نتوقف عند هذا الحد من رحلة " العائلة المقدسة " لأن بقية الرحلة ترتبط بمناطق سياحية أخرى يجب التخطيط لإنشائها بهدف " تعمير " هذه المناطق وتوفير رخاء اقتصادي لها بعد أن طال أمد تخلفها ، ونقتصر علي الإشارة إلي أن كل هذه " الأماكن " التي حطت فيها " العائلة المقدسة " قد سجلتها وثائق تاريخية ، " ثابتة التاريخ " تقطع بعراقتها ، ولها ترجمات إلي معظم اللغات الحية منها ترجمة "كراميروفييت " الفرنسية لكتاب " صورة الأرض " لابن حوقل (٩٨٨ م) ، وترجمة " دوزى وده خويه" الفرنسية لكتاب " نزهة المشتاق في اختراق الآفاق " للإدريسي (ت ١١١٧) .

وترجمة " ديفريميري وسانجوينيتي " لكتاب " تحفة النظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار " لابن بطوطة (ت ١٣٧٧) ، ولا شك أن فقرات من وصف هذه الأماكن التاريخية في هذه المنطقة سيضفي علي الإرشاد السياحي عنها أصالة لا يمكن أن تتاح لغيرها من المناطق السياحية الأخرى في العالم ، كما تفعل كتب الإرشاد السياحي الأوروبية في اعتمادها علي هذه الترجمات للمراجع العربية.

وإذا كان الدكتور محمود كامل قد آثار هذه المعلومة منذ أكثر من ثلاثين عاما فلا غرو أن نجد اليوم أن جريدة الدستور اليومية الصادرة في العدد ١١٢ – الإصدار الثاني يوم ٢٠٠٧/٤/٥ الموافق ١٧ من ربيع أول ١٤٢٨هـ قد نشر انه قدم بيان عاجل بمجلس الشعب من احد النواب عن وجود بعثة أثرية يهودية في قرية قنتير بمركز فاقوس بالشرقية بصفة دائمة وقيامها بأعمال مشبوهة بالقرية ابرزها شراء المقابر بمبلغ ٣٠٠ ألف جنيه لكل مقبرة للتنقيب أسفلها بحجة أن هناك مدينة كاملة أسفلها مليئة بالآثار والتحف الخاصة باليهود يرجع تاريخها إلى عصر سيدنا موسى وأضاف مقدم البيان العاجل أن اليهود الإسرائيليين يزورون القرية من وقت لآخر للبحث عن بعض المواقع ومحاولة شراء بعض الأراضي التي يعتقد أنها تضم آثارا يهودية .

أما أجمل الطرق وأروعها في ذاكرة المصريين هو طريق قدوم أسرة الرسول محمد ﷺ إلى مصر :

طريق ((قدوم أسرة النبي ﷺ إلي مصر)) :

أما الطريق التاريخي الثالث الذي تنفرد به هذه المنطقة التي تناولها البحث – علي سبيل المثال – فهو طريق قدوم أسرة النبي ﷺ إلي مصر في عام ٦٨٠ م . فقد رحلت السيدة زينب ابنة علي بن أبي طالب من فاطمة الزهراء ابنة النبي ومعها سكينة وفاطمة بنتا الحسين بعد معركة كربلاء ، ولسنا في حاجة إلي إبراز أهمية هذه الرحلة تاريخيا . سواء بالنسبة للمسلمين أو غيرهم ، أو لمكانة الذين قاموا بها السامية الرفيعة في قلوب المسلمين عامة والشيعة بصفة خاصة ، وقد ثبت تاريخيا أن أول مكان نزلت فيه أسرة النبي يقع بين بلبيس والصالحية في قلب المنطقة موضوع البحث وفي المكان الذي يعرف اليوم باسم " العباسة " وقد قابلها فيه والي مصر من قبل الأمويين مسلم بن خالد ، وكان وصول السيدة زينب ومن معها في أول شعبان عام ٦١ هـ (٦٨٠ م) وخرج آلاف المصريين لاستقبالها استقبالا تاريخيا وقد اكتسبت " العباسة " أهمية في تاريخ لاحق إذ أن هذا المكان إنما حمل هذا الاسم نسبة إلي " العباسة " بنت أحمد ابن طولون التي بنت فيه قصرا وخرجت إليه لوداع " قطر الندي " ابنة أخيها خمارويه عندما رحلت عن مصر إلي العراق بعد أن تزوجت من المعتضد الخليفة العباسي (٨٩٦ م) .

ومما يتيح مادة تاريخية سياحية مثيرة ما ذكره المقريزي عن هذا الحدث التاريخي في كتابه عن تاريخ مصر وقد قام " بلوشيه " بترجمته إلي الفرنسية وما ذكره " بروكلمان " في كتابه " تاريخ الشعوب الإسلامية " من أن أبهة الجهاز الذي جهز به أمير مصر ابنته أذهلت بلاط بغداد " ولعل هذا يفسر الأساطير والأغاني التي لا تزال – حتى اليوم – تردد اسم " قطر الندي " .

ولا شك أن التكامل في التخطيط التعميري – السياحي في هذه المنطقة سيستدعي إقامة ثلاثة متاحف إقليمية في نقط متوسطة بها : متحف في الإسماعيلية – مثلا – يضم ما يتصل بالطريق الأول : آثار من الأسرة الثامنة عشرة (١٥٨٠

– ١٣٢٠ ق.م) التي خطا عاهلها تحتمس الثالث أولي الخطي التاريخية العملية لتوحيد الشرق العربي وتماثيل من الأسرة التاسعة عشر (١٣٢٠ – ١٢٠٠ ق.م) نقوش "حورس" الإله المحلي للمنطقة في عصر الخروج ، الآثار والبرديات ، والمراجع التي تبرز عظمة الانتصارات المصرية في ذلك العصر علي الحلف الذي كان يضم شعوب كريت وقبرص وساحل البحر الأبيض المتوسط الشمالي ومتحف في نقطة أخرى . بورسعيد يضم آثارا رومانية من عصر ظهور المسيحية وآثارا من فجر هذا العصر وصورا وخرائط عن طريق هروب العائلة المقدسة ومخطوطات أو صورا من مخطوطات عن رحلة العائلة المقدسة كمخطوطة أبي صالح الأرمني المحفوظة في باريس والتي تعود إلي القرن الثالث عشر ، ومتحف ثالث في بلبيس يضم آثارا رومانية قبطية عن عصر الفتح الإسلامي لمصر وتحفا ومخطوطات ومراجع عن عصر فجر الإسلام .

كانت هذه الطرق التي سماها الدكتور محمود كامل مغناطيسيات سياحية جانبة أفكارا طيبة لربط التاريخ الحضاري بالسياحة وكيفية الاستفادة من هذه الأفكار والمعنى أن العاملين في التنشيط السياحي عليهم أن يقدحوا زناد الفكر التاريخي للبحث عن وسائل غير تقليدية للتنشيط لا تعتمد على الأمور التقليدية المتبعة .

وإذا تركنا مؤلف الدكتور محمود كامل الصادر عام ١٩٧٥ ورجعنا عقدا من الزمان والى عام ١٩٦٦ نجد أن المهندس حسن رجب وهو احد المفكرين العظماء وله بصمة سياحية يقول أن السياحة وما تمتلكه في حدود هذا الوطن الغالي من إمكانيات ثقافية وتاريخية ودينية وعلاجية وترويحية لا تقع تحت حصر وهي التي جعلت من هذا البلد بكامله أعظم متحف في الوجود ومن طقسها اللطيف إلى شواطئها الجميلة ما يجعلها ارض الأحلام لسياح العالم .

وقد طبق المهندس حسن رجب هذا الفكر وأصبح الحلم حقيقة حينما أنشأ ما يسمى بالقرية الفرعونية في القاهرة على ضفاف النيل وقد أصبحت هذه القرية بكل ما تحتويه من مستنسخات التماثيل والملابس الفرعونية التي يرتديها العاملون

في القرية والجو الرائع الذي يوحي للداخل إلى هذا المكان انه يعيش عصرا فرعونيا صرفا وأتذكر انه دخل على مكتبي في الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة في أوائل التسعينات ولم أكن اعرفه شكلا من قبل وإن كنت أتابع أعماله وأفكاره وذكر لي انه أراد أن يقابلني ليتناقش معي ولكني قررت له انه أراد تشريفي بلقائه فمثل هذه الشخصيات جديرة بأن يكون لنا شرف لقائها والاستماع إليها والاستفادة من أفكارها غير التقليدية وقلت له لو إنني اعلم مسبقا بهذا الزيارة الكريمة لكنت انتظرته على باب العمارة التي يقع بها مكتبي – رحم الله هؤلاء العظماء الذين اثروا الفكر التنشيطي بروائع الأعمال والأفكار وأملنا أن يقتدي القائمون على العمل التنشيطي بخطوات هؤلاء العظماء – وإذا كنا قد تحدثنا عن القرية الفرعونية فقد كانت لدينا فكرة إقامة ما يسمى بالقرية الرومانية أو اليونانية الرومانية ، وذلك على غرار القرية الفرعونية واخترنا لها مساحة من الأرض تقع على ضفاف بحيرة من الماء العذب بالقرب من مطار النزهة الجوي – الذي كنت يوما مدير شرطته – وهذه البحيرة مساحتها ألف فدان وكانت أيام إنشاء مطار النزهة تستعمل كمطار مائي وقد عرضنا هذه الفكرة على المستشار السيد الجوسقي محافظ الإسكندرية الأسبق الذي كلفني باصطحاب مجموعة من المستثمرين العرب وتوجهنا فعلا إلى الموقع وتناقشنا في عموميات الفكرة ولكن لم يقدر لهذه الفكرة أن ترى النور .

نخلص مما سبق أن التاريخ الحضاري لدولة كمصر كفيل بالفكر غير التقليدي أن يكون عاملا مؤثرا في التنشيط السياحي ومن هنا فإن التنشيط السياحي كعلم يجب أن يرتبط بالتاريخ وان يكون التاريخ الحضاري احد المقومات التي يعتمد عليها التنشيط .

التنشيط السياحي وعلم الاجتماع

يقول الأستاذ الدكتور عاطف غيث عالم الاجتماع وعميد كلية الآداب وكلية السياحة بجامعة الإسكندرية عند إنشائها في تقديمه لكتاب الأستاذ الدكتور السيد عبد الحليم الزيات "التنمية السياسية – دراسة في الاجتماع السياسي" (٣

أجزاء) يقول أن هناك من لا يزال يظن أن علم الاجتماع أنطلق من بداياته الأولى من قضايا ذات طابع نظري – اختلطت فيها المنظورات الفلسفية والرؤى التاريخية وانه لا يفضل تحديد تاريخ معين لقيام علم الاجتماع كنظام علمي متكامل وان هذا يستتبع بالضرورة ألا نقف عند فكر أو كاتب معين ويعتقد أن علم الاجتماع قد عاصر على الدوام تجربة المجتمع الإنساني وعبرت الحفريات والآثار والفلسفات والحكم بل الأفكار الشائعة عن وجود هذا العلم بدرجات متفاوتة من العلمية أو الجزئية أو الشمولية – صحيح أن ظهور الرياضيات والعلوم الطبيعية قد عزز من الخلفية العلمية لعلم الاجتماع في القرن التاسع عشر والقرن العشرين كما عززته التطورات الهائلة التي حدثت العقل الإنساني الذي أنشأ الصناعة وطور التكنولوجيا .

وإذا كان علم الاجتماع قد استند ولابد أن يظل كذلك إلى تجربة الإنسان والمجتمع وهما اللذان يمنحانه المشروعية ويبرران استثمار الجهد من اجل تنميته وتوسيع نطاقه وأحكام دراساته وتطويع نتائجه لإثراء الحاضر وتحقيق تطلعات المستقبل فمن المؤكد أن علم الاجتماع حتى مع نموه النظامي في القرنين الماضيين انشغل بل انحاز إلى قضايا المجتمع ومشكلاته يستلهمها تحديد ميدانه ومنهجه ونظريته فضلا عن تحليلاته وتفسيرها ، ويستطرد الأستاذ الدكتور عاطف غيث يقول انه لا يبتعد عن الحقيقة إن قال أن دراسة وقائع المجتمع من منظور علم الاجتماع بدون الاحتكام في مواقف عديدة إلى معطيات الاقتصاد والسياسة والتاريخ يمكن أن يفرغ هذا العلم من محتواه الضروري ويجعله دراسة مسحية لأجزاء مبتورة من السياق العام لتجربة المجتمع الدينامية – ولقد عبر عن هذه النظرة كثير من الكتاب الأول في علم الاجتماع ولا يزال عدد كبير من المحدثين الآن يعبرون عن مثل ذلك في كتاباتهم – ومن يقرأ أعمالهم سيجد أكثر هذه الكتابات عبارة عن تنظيم لمعالجات معطيات اقتصادية وسياسية بل تحليل لمشكلات اجتماعية صاحبت تحولات اقتصادية وثقافية معينة لها صلة بقضايا المجتمع ومشكلاته – وهذا يمكن أن يشكل دليلا على أن الفجوة – المصطنعة أحيانا بين علوم المجتمع التقليدية قد أخذت تضيق وأصبح الاتجاه إلى أسلوب المعالجات المتداخلة أسلوبا ينمو ويتطور

بسرعة واطراد خصوصا إذا عرفنا – كما هو حادث في الكيمياء والطبيعة أن فروعا من علوم المجتمع التقليدية أصبحت الآن نظرا للتطورات المذهلة التي يمر بها العالم المعاصر أهم وأكثر خطرا من الأصل .

وقد ظهر علم اجتماع التنمية وأحيانا علم اجتماع البلدان النامية أو العالم الثالث وربما هذا العلم هو الوعاء الأكبر الذي يضم كل أنواع التنمية الأخرى – اقتصادية أو ثقافية أو عقائدية أو سياسية أو حتى سياحية ، فالتنمية الآن قد أصبحت قضية عالمية . والتنشيط السياحي لابد وأن يضع نصب عينيه على هذا الوعاء الكبير ليمكن الاستفادة من علم الاجتماع في ممارسة العمل التنشيطي ، فإن حقيقة التغير المستمر في حياتنا من أجدر الظواهر بالاهتمام والدراسة التي تشهدها حياتنا المعاصرة – التغير حقيقة وجودية وظاهرة عامة تتميز بها أنشطة وقائع الحياة الاجتماعية وهي ضرورة حياتية للمجتمعات البشرية كسبيل للبقاء والنمو بالتغيرات يتهيأ للمجتمعات التكيف مع دافعها ويتحقق التوازن والاستقرار في أبنيتها وأنشطتها عن طريق التغير تواجه الجماعات متطلبات الأفراد وحاجاتهم المتجددة وعلى ذلك فعلى المهتمين بالتنشيط السياحي أن يلمحوا عن قرب ملامح التغير في مجتمعات مصر السياحية .

ملامح التغير في مجتمعات مصر السياحية :

إن مناطق ومجتمعات مصر السياحية تتغير الآن بسرعة ، وهي في أمس الحاجة إلي دراسة عوامل التغير وعملياته ونتائجه لكي يتمكن أهل التخطيط من وضع الأسس العلمية التي تزيد القدرة علي التنبؤ المستقبلي ، لأن طبيعة التغير السياحي الذي نعيشه في مصر تكمن في أنه عملية تطوير مستمر عميق الجذور واسع النطاق ، ينطلق في مسيرته نحو هدف معين ومقصود ، حيث تنعقد آراء المحللين الاجتماعيين للبناء الاجتماعي علي أن المجتمع المصري يشهد في الآونة الأخيرة – تغيرات اجتماعية جوهرية في كثير من عناصر بنيته الاجتماعية خاصة فيما بعد حرب ١٩٧٣ ، وأن هذه التغيرات تسير بسرعة أكبر من معدلها من تلك التغيرات التي حدثت في المراحل التاريخية السابقة . ولقد أصبح من الواضح

الملموس أن الطبقة المتوسطة إحدى مكونات البناء الاجتماعي غـدت تنمـو نمـوا ملحوظا بفضل الاهتمام الكبير بالتعليم في جميـع مـستوياته ، والأخـذ بأسـلوب التخطيط تحقيقاً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية .

وما من شك في أن ظاهرة النمو الحضري بالوجه القبلي وسواحل البحـر الأحمر وسيناء كمناطق سياحية ، أصبحت من الملامح الأساسية للتغير العمرانـي المصاحب للتغير السكاني . وتعتبر الهجرات الداخلية من قري ومدن الصعيد إلـي المدن الكبرى في القاهرة والإسكندرية وإلي مدن الساحل الشمالي ومحافظة البحـر الأحمر وسيناء . التجسيد البشري لهذا التغير الحضري ، ومن الملاحظات الجديرة بالذكر تغيرات الأسرة الريفية من حيث حجمها ووظائفهـا والمراكـز الاجتماعيـة لأركانها وعناصرها ، وعادات الزواج بها ، ووسائل تكوينها وعوامل اسـتقرارها وتفككها ، ولا شك أن التغيرات الاجتماعية التي تشهدها الأسرة الريفية فـي قـري مصر لا تحدث بنفس الصورة ، إذ أن الواقع الاجتماعي يقتضي بالـضرورة قيـام اختلافات بين الأسرة في المدينة والأسرة في القرية أو البادية ، بـل فـي القريـة الواحدة قد نجد اختلافات في الطبقات العليا والوسطي والدنيا .

كان الشكل الأسري المعروف بالاصطلاح (الأهل) أو البيت أو العائلة ، هي الشكل الأسري السائد في المجتمع الريفي إلي وقت قريـب ، وكـان الـدوار يجمع ثلاثة أجيال ، وتستمر الأسرة الكبيرة " الممتدة " مئات السنين محتفظة باسـم الجد الأول عن طريق تسمية الأبناء بأسماء الأجداد ، واليوم تشهد الأسـرة تحـولاً تدريجياً نحو الأسرة الزوجية " النواة " ويزحف التحضر ولم تعد الأسرة – وخاصة في المدن – وحدة اقتصادية إذ أصبحت تعتمد في حياتها علـي المؤسـسات التـي تخصصت في ذلك ، ويجري اليوم تغيير كبير في الأسرة الحضرية الآخذة بأسباب التنمية علي وجه العموم ، والآخذة بالتنمية السياحية علي وجـه الخـصوص .... يتمثل في خروج المرأة للعمل والحصول علي مرتب يضاف إلي ميزانية الأسرة ، مما يرفع من مستواها الاجتماعي والاقتصادي ، وكان هذا نتيجة صيحة المصلحين الاجتماعيين بتحريرها وإتاحة فرص التعليم لها ... وقد ساعد انتـشار مـشروعات

التصنيع السياحي علي جذب الكثير منهن للعمل خارج المنزل في المصانع والمتاجر والفنادق بدلاً من الخدمة في منازلهم .

والواقع أن مجتمعنا المصري الريفي والحضري يواجه التغير كحقيقة موضوعية ، كما يواجه المتناقضات والمشكلات التي تتولد عن هذا التغير ، وتتطلب هذه المواجهة جهداً مضاعفاً ، وذلك لأن الهيكل البنائي والوظيفي للمجتمع المصري أصبح يعاني من تزامن وتواكب وتصاحب النظم القديمة والنظم الجديدة التي يعيش بعضها جنباً إلي جنب ، مما أوصل الوضعية الاجتماعية الراهنة إلي مرحلة اختناق حدية تتطلب معالجة مستنيرة رشيدة في إطار فلسفة اجتماعية مستمدة من شحنة تقود وتحرك تلك المتغيرات .

نخلص من ذلك إلى أن علم الاجتماع يدرس الأبنية الاجتماعية للتنظيم السياحي وعلاقته بالبيئة الاجتماعية المحيطة به وحيث أن علم اجتماع التنظيم – وهو لب علم الاجتماع منذ "كونت" بمعناه الواسع أي تنظيم المجتمع كانعكاس أمين لبعض الضرورات البنائية الاجتماعية والاقتصادية والتغيرات الثقافية والاعتبارات الأيديولوجية – فظهور السياحة الجماعية الرخيصة وتطور وسائل النقل (بري – جوي – بحري) وانتشار فكرة القرى والمنتجعات السياحية والمخيمات .

إذاً نستطيع أن نؤكد أن السياحة أثارت اهتمام ميادين علم الاجتماع – فالنهضة السياحية في أي دولة من الدول المتقدمة سياحيا تتوقف على القرار السياسي للتحديث الحضاري فهو الذي يرسم السياسة الاجتماعية للدولة حتى تتحقق التنمية – وتبنى بعض الأساتذة من خبراء السياحة العلميين الدعوة إلى ضرورة إرساء دعائم السياسة السياحية حتى يصبح مفهومها وضع استراتيجيات وخطط التنمية ضمن إطار التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة وأصبحت الأهداف القومية للتنمية السياحية هي الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والبيئية وأسباب تحقيقها وهي التي تسهم في نمو المدينة السياحية – لان المدن السياحية انساق مفتوحة في حالة تفاعل مستمر مع الريف المحيط بها ولما كانت ظاهرة التحضر من أهم العمليات المرتبطة بالسياحة فقد أغرت الباحثين على دراستها

وتحليل عناصرها ومقومات الحياة بها بأسلوب التحليل المتكامل الذي يجمع بين الأطر الجغرافية والتاريخية بجانب الأنساق الاجتماعية والاقتصادية على الرؤية الواقعية لطبيعة الحياة الحضرية السياحية لكونها تشكل في النهاية إطارا كليا تظهر من خلاله كل مشكلات المدينة السياحية .

السياحة مثار اهتمام علماء الاجتماع :

علم الاجتماع من الاتساع والشمول والتداخل بحيث يتعذر تعريفه للوهلة الأولي هناك اتجاهان في دراسة العلوم الاجتماعية ، الاتجاه الأول متعلق بالعلوم الاجتماعية المحددة أو النوعية مثل التاريخ والعلوم السياسية والاقتصاد ، وهذه العلوم مجالات متخصصة من السلوك الإنساني الاجتماعي ، وكثير من اهتمامات هذه العلوم تدخل في مجال علم الاجتماع ، وهناك اتجاه آخر يهتم بالعلوم الاجتماعية التي تمثل دراسات شاملة للإنسان وتشتمل هذه الأخيرة علي علم النفس والانثربولوجيا وعلم الاجتماع ، ويرجع شمول هذه العلوم إلي حقيقة مؤداها أنها تدرس الإنسان من كافة الجوانب ، فهي لا تكتفي بناحية واحدة تركز عليها دون غيرها ، وإنما تستمد هذه العلوم أهميتها وقيمتها من أنها تبحث في التفاعل والتساند المتبادل بين مختلف مكونات الحياة الاجتماعية الإنسانية ، وهذا هو الإسهام الذي يقدمه علم الاجتماع وبالذات للعلوم الاجتماعية الأخرى الأكثر تخصصاً، لأن علم الاجتماع يقدم أحد أدوات الفهم حين يسهم في إدراك التداخل القائم بين مختلف جوانب الواقع الاجتماعي .

ولما كان المرء لا يستطيع أن يعيش بمفرده ، وإنما تتم الحياة الاجتماعية من خلال التعاون ، ويؤلف أعضاء المجتمع نسيجاً اجتماعياً social web ، وشبكة متكاملة من العلاقات والتفاعلات الاجتماعية ، وتختلف أنماط العلاقة الاجتماعية التي تنشأ بين أعضاء المجتمع في طبيعتها وأهدافها ، فبعض هذه العلاقات يعد بمثابة علاقات ودية حميمة – Inti mate (الصداقات) وبعضها علاقات رسمية وقانونية ، وبعضها مرتبط بمواقف معينة ، وتكون مجموع هذه العلاقات شبكة اجتماعية ، أو نسيجاً اجتماعياً يحيط بنا ويؤثر فينا ، وتستجيب له

بطرق مختلفة ، وعلم الاجتماع هو الذي يطـور المنـاهج والإجـراءات اللازمـة لدراسة هذا النسيج الاجتماعي ، ومدي ما يحدثه من نتائج علي سـلوكنا ومواقفنـا المختلفة ، وكثيراً ما يستخدم مصطلح البناء الاجتماعي social structure للدلالة علي الشبكة المتداخلة من العلاقات الاجتماعية ، ويقصد بالبنـاء تلـك الوحـدات الكبرى الأساسية التي يتألف منها النسيج الاجتماعي في حالة تفاعله .

وصناعة السياحة ظاهرة اجتماعية تؤلف نسيجاً اجتماعياً خاصاً ذو أبعـاد متعددة ومتنوعة ومتشابكة ، في هذا النسيج ما هو ثقافي أو اقتصادي أو سياسي أو تنموي ، وعلم الاجتماع من العلوم الإنسانية التي تهتم بدراسة الحياة الاجتماعيـة ، ومن هذا المنطق يمكن أن تكون السياحة مثار اهتمام علم الاجتماع لما تمتـاز بـه من نظرة شمولية ، فهو يتناول أي ظاهرة من ظواهر المجتمع بالدراسة الميدانيـة التحليلية ، ويناقش العوامل المؤثرة في هذه الظاهرة ومقوماتهـا ، وكـذلك مـدي تأثيرها وتأثرها بالبناء الاجتماعي ككل ، ولما كان علم الاجتماع المعاصـر يتجـه إلي التخصص الدقيق ، وأصبح يضم فروعاً شتي كالاجتماع السياسي والاقتصادي والتنظيمي والإداري والتنموي والصناعي والريفي والحضري والأسري وغير ذلك ... وكل هذه الفروع والميادين نستطيع أن نلمس فيهـا اهتمامـاً كبيـراً بـصناعة السياحة ، بالإضافة إلي أن كل فرع منها يهتم بمؤازرة فروعه الأخـرى لدراسـة المجتمع ، ومجالاته الاجتماعية الأخرى ، وقد حقق علم الاجتماع فـي الـسنوات الأخيرة تقدماً واضحاً علي المستويين النظري والتطبيقي ، وأصبح نظامـاً فكريـاً مستقلاً ، معترفاً به سواء من حيث المكانة الأكاديمية فـي الجامعـات أو مراكـز البحوث ولقد تجلي هذا التقدم والاستقلال بصفة خاصة في انقسام علم الاجتماع إلي ميادين يتناول كل منها جانب معين من الحياة الاجتماعية ويتخصص فيه . وحيـث أن بعض العلماء بدأوا يحددون مجال علـم الاجتمـاع بأنـه دراسـة الجماعـات الاجتماعية أو دراسة النظم والمنظمات الاجتماعية وطالمـا أن صـناعة الـسياحة ظاهرة اجتماعية وعلم الاجتماع يعني الدراسة العلميـة للـسلوك ، ويـسعى إلـي اكتشاف التعميمات وبناء الأنساق والقيم والمعايير ، ويتولى مهمة التنظيم ، وترتيب وتأليف نتائج العلوم الاجتماعية الجزئية ، ويحاول تطبيق نظريته ومناهجه وأدواتـه

علي دراسة التنظيمات ذات الأنماط المختلفة والأهداف المتباينة ، والعوامل الاجتماعية المؤثرة في السياحة ، والعلاقة بين العلوم الإنسانية الأخرى كالجغرافيا والبيئة والعمران والآثار والتكنولوجيا والتنظيم والإدارة في السياحة . وخاصة أنه لا يكاد يخلو مجال من مجالات الحياة الإنسانية ، إلا وقد أثبت علم الاجتماع قدرته علي الإسهام في وصفه وتشخيصه وتحليل أبعاده ، وتفسير القوى المؤثرة فيه ، وليس هناك شك في أن هذه الإسهامات جميعاً تمثل الأساس الذي ينهض عليه الترشيد ، والتخطيط والتنمية والعلاج للمشكلات التي تقف أمام قدرة الإنسان علي تحقيق مستويات أرقي في الحياة الاجتماعية ، وصناعة السياحة ليست استثناء من هذا المجالات ، فمع أن هناك تطوراً كبيراً قد تحقق في هذا الميدان ، ارتبط بالتقدم العلمي عامة وتطور الأساليب التكنولوجية خاصة في تعمير المناطق التي تشتهر بالجذب السياحي ، إلا أن قضية التنمية السياحية والتحديث الحضاري للمجتمعات التقليدية ما زالت ترتبط بالعديد من فروع علم الاجتماع وخاصة موضوع التغير الاجتماعي والثقافي ، سواء من حيث عوامل التغير ومحركاته أو ديناميات التغيير الثقافي ، أو اتجاهات التغير ومساراته ، أو ما يترتب عليه من نتائج تتصل بتغير النظم والعلاقات والتنظيمات ، ويدرك المطلع علي تراث علم الاجتماع أن هذا العلم يتحرك حركة سريعة كي يتوافق أو يستجيب للتغيرات العالمية أو للأوضاع الدولية المتغيرة ، مثال هذا أننا نجد الدراسات الحديثة ، خلال النصف الثاني من القرن العشرين – تعالج موضوع التغيير المخطط ، من حيث استراتيجياته وتكنولوجياته وأساليب استثارته، وتحاول هذه الدراسات الإجابة علي الكثير من التساؤلات المطروحة أمام الدول النامية .

نحن أمام قضية بنائية ولذا نتساءل كيف يمكن أن نغير الاتجاهات والقيم التقليدية المعروفة بالتنمية ؟ وكيف السبيل إلي إحلال الفكر العلمي محل الفكر الخرافي أو الفهلوي المختلف ؟ وكيف يمكن نشر أفكار جديدة وحث الناس علي الإيمان بها وتطبيقها في الممارسة الفعلية (مثل المشاركة السياسية الحقيقية) ، لكي تكون معبرة عن واقع مصر وآمالها ، ولو ظلت نسبة الأمية علي ما هي عليه خاصة في الريف لأن المشاركة الشعبية والسياسية في الريف عادة ما تكون أكبر

من الحضر ، كما أن تنظيم الأسرة وتنمية المـرأة للنهـوض بـالمجتمع وتحديـد الوسائل التي تزيد من فاعلية مساهمة المرأة في نجاح خطط التنميـة ... ؟ وكيـف يمكن اجتذاب الناس إلي المشـاركة الكاملة في المشـروعات الاسـتثمارية وإدارة مجتمـعهم القومي والمحلي ؟ ... وما هي أنسب المداخل لتغيير الأساليب الباليـة في التنشئة الاجتماعية من الأسـرة إلي المدرسة ؟ .... وما هو السـبيل لإحـلال علاقات الأدوار محل العلاقات الشخصية ، وإحلال معـايير جديـدة فـي التقيـيم الاجتماعي محل المعايير القديمة التي تعتمد علـى الحـب والنـسب والانتمـاءات العرقية والطبقية والأسرية والدينية والتي تقف في وجه محاولات التطوير ؟

كل هذه أسئلة يجب أن يجيب عليها أساتذة علم الاجتماع وربطها بقـضية التنشيط السياحي في مصر .

التنشيط السياحي وعلم الاقتصاد

إذا كان تعريف الاقتصاد هو العلم الذي يهـتم بدراسـة النـشاط الفـردي والاجتماعي الذي نكرسه للوصول إلى أحسن الظروف المادية لتحقيق الرفاهية بعد أن كان تعريفه القديم يدور حول علم الثروة ثم اقترح العلماء تسميته بعلـم الإثـراء للدلالة على الجهود المبذولة لزيادة الإنتاج والتنمية لكي يصبح الاقتصاد علم تكوين الثروات ثم أصبح مجاله أكثر اتساعا ليكـون علـم تكـوين الثـروات وتوزيعهـا واستهلاكها وبالتالي أصبحت هناك حركة دائرية تتجه على الدوام من الإنتاج إلـى التوزيع إلى الاستهلاك .

والتنشيط السياحي سواء كان هيئة أو إدارة من إدارات الدولة ليست هـي الجهة المنوط بها تكوين الثروات وإنما هي جهة تقوم بالصرف طبقا لما هو محـدد لها من واجبات وذلك لكي تتكون الثروات ليس لها ولكن لجهـات أخـرى عديـدة ولكن النتيجة النهائية أنها لصالح الدخل القومي – ومع ذلك فـلا يقتـصر مفهـوم التنمية الاقتصادية والاجتماعية على حدوث زيادة في الدخل القومي وفي متوسـط نصيب الفرد في المجتمع بل يتضمن إلى جانب ذلك حدوث تغير جذري وهيكلـي في النشاط الاقتصادي والاجتماعي للوحدات الاقتصادية المكونة للمجتمـع (أفـراد

ومشروعات) بما يضمن تحقيق زيادة مستمرة في الدخل القومي لذلك المجتمع وارتفاع مستمر في متوسط نصيب الفرد من هذا الدخل .

ولأن صناعة السياحة تهدف إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في الأقاليم أو الدولة – كالشواطئ الرملية الدافئة والمناخ المعتدل أو المزارات التاريخية والأثرية أو مناطق الاستشفاء أو المناطق الجبلية أو الرياضات المائية والتزحلق وهي بهذا المفهوم لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والمناخية مثلها مثل صناعات البترول والمعادن والمصايد والمراعي ومناطق الاستزراع الخصبة – ومن الطبيعي تباين مستوى الدخل المتزايد في إقليم سياحي تبعا لطبيعة المنتج السياحي والخدمات ووسائل التسلية والترفيه المتاحة ومستواها بالإضافة إلى قوة الجذب السياحي ومستوى الأسعار وأيضا تبعا لإمكانيات السياح الوافدين وحجم دخولهم وتظهر أهمية الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة من تعدد المتغيرات المحددة لها والتي تتمثل في :

١. درجة ومستوى اهتمام أجهزة الدولة والأفراد بالأنشطة السياحية .
٢. حجم كثافة الإنفاق السياحي .
٣. مستوى استثمار الإنفاق السياحي وطبيعة محاوره .
٤. المستوى الاقتصادي للأقاليم .
٥. مستوى الأقاليم السياحية الأخرى على موسمية الطلب السياحي .
٦. مستوى المنتج السياحي وحجم المتغيرات للتدفق السياحي .
٧. مرونة القوانين والنظم والتشريعات التي تنظم أنشطة السياحة .

ولعل هذا المتغير الأخير أي مرونة القوانين والنظم والتشريعات التي تنظم أنشطة السياحة هو من أهم المتغيرات وسيكون له تفصيل في موقع آخر من هذا المؤلف .

تأثير السياحة علي البناء الاقتصادي :

تعد السياحة من الصناعات الهامة التي تدرج في التخطيط الإقليمي الهادف إلي التطور والتحديث ، ويحدث التغير الجذري للبناء الاقتصادي علي المستويين الإقليمي والقومي بالسعي للتحول من حرف المرتبة الأولي primary activities كالصيد والزراعة والتعدين إلي سيادة حرف المرتبة الثانية secondary . A. التي تشمل الصناعات التحويلية ومنها السياحة والتي تزيد العائد الاقتصادي ، وبالتالي يزداد البناء الاقتصادي قوة ، ومثل هذا التغير يكون أكثر وضوحاً وتأثيراً من محاولات البناء الاقتصادي بوسائل أخرى غير السياحة ، وتتمثل أهم التغيرات الحديثة في اقتصاديات الريف في التركيب الوظيفي للسكان حيث يترك بعض المزارعون فلاحة الأرض ويتجهون إلي أنشطة أخرى أكثر ربحاً في إطار صناعة السياحة علي وجه الخصوص ، كما هو الحال بالنسبة لسكان العديد من قرى محافظات الجيزة وقنا وأسوان وخاصة القريبة من المزارات السياحية ، ويؤدي تغير البناء الاقتصادي في العديد من الأقاليم الريفية بالتحول من الزراعة والاتجاه إلي أنشطة السياحة ، فتتسع مساحة الأرض التي تشغلها الإنشاءات الفندقية والسياحية والترويحية وتتسع شبكات الطرق وتنكمش المساحات المزروعة بالمحاصيل وتزرع بالخضراوات لاحتياجات المنشآت الجديدة ، ويرتفع سعر الأرض وتزداد القيمة الإيجارية وتتضاءل حجم الحيازات ويرتفع مستوي الأسعار بصورة عامة .

من هنا كان اتجاه الدولة في مصر إلي تشجيع تنمية الأنشطة السياحية في محافظات شمال سيناء والبحر الأحمر ومطروح والوادي الجديد ، لأن هذه المناطق تحقق التوازن الاقتصادي المطلوب ويمكن توزيع الاستثمارات فيها واستغلال القوي العاملة مما يعود بالنفع والفائدة علي المستويين الإقليمي والقومي .

تأثير السياحة علي الدخل القومي :

إذا كان الإنفاق السياحي هو ما ينفقه السائح في مقابل الإقامة ومختلف الخدمات التي توفر له الهدايا التذكارية التي يشتريها ، فإن الإنفاق السياحي لا يتجه

بكامله إلي الإقليم السياحي المضيف أو إلي الدولة المستقبلة للسياح ، حيث تسدد قيمة بعض عناصره خارج الدولة (تذاكر السفر والخدمات والخامات اللازمة لبضعها والمجلوبة من خارج الدولة السياحية = المنتجات الأجنبية المستوردة للقطاع السياحي وقيمة الفوائد التي تسدد علي الاستثمارات الأجنبية) بما يعني في النهاية أن الدخل من قطاع السياحة من دول العالم الثالث أو الدول النامية والتي تعتمد علي الاستيراد في الكثير من شئونها ، أما الدول التي يقترب فيها الإنفاق من الدخل فهي الدول المتقدمة والغنية والتي تقدم خدمات سياحية لغيرها مثل فرنسا والنمسا وإيطاليا وأسبانيا وسويسرا وإنجلترا واليونان ، ويمكن حصر صافي الدخل Receipt السياحي بطريقة إيجاد الفرق بين قيمة الإنفاق Expenditure داخل الدولة وما أنفقه السياح من مواطني نفس الدولة في الدولة الأجنبية ، ولذا فإن زيادة الدخول التي تنتج نتيجة الاتفاق السياحي لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها ، وإنما تستفيد منها أيضاً قطاعات عديدة في الاقتصاد القومي ، وعليه فإنه كلما زاد الدخل ، أدي ذلك إلي حدوث تأثيرات أكبر في الاقتصاد القومي ، لأن قطاعات الاقتصاد القومي سلسلة مترابطة تؤثر كل منها في الأخرى .

التنشيط السياحي وعلم الجغرافيا

يحدثنا الأستاذ الدكتور صبحي عبد الحكيم والأستاذ الدكتور حمدي الديب في كتابهما جغرافية السياحة أن جغرافية السياحة لم تكن قد تبلورت في مطلع الستينات كفرع من فروع علم الجغرافيا ولكن كان هناك شعور بأهمية الجغرافيا في الدراسات السياحية إلى أن أنجب علم الجغرافيا على مر السنين فروعا جديدة من بينها جغرافيات السياحة ولم يلبث هذا الفرع أن تبلور وتطور وأصبح فرعا ناجحا – وأصبحت لجغرافية السياحة دراسات من حيث مضمونها ومنهجها وذلك من خلال تحليل العلاقة بين السياحة والجغرافيا – فالسياحة يمكن معالجتها كظاهرة تتسم بالتعدد والتشابك وذلك من خلال بعض المناهج الجغرافية التي تستخدم في أفرع جغرافية أخرى ومنها المنهج الإقليمي فأساس الدراسة فيه هو الإقليم أي دراسة الظاهرة السياحية في إقليم يدرس خلالها الإقليم بهدف إبراز شخصيته

وطابعه السياحي وقد تكون الأقاليم وحدات إدارية صغيرة أو كبيرة أو قد تكون دولا وهنا يتطلب الأمر ترسيم الحدود التي قد تكون إدارية أو سياسية أو طبيعية أو بشرية وتوضع لها دراسة ويمكن تحديد شخصيتها ووزنها السياحي على المستويين المحلي والدولي – ويستند المنهج الإقليمي إلى بحث المرغبات الطبيعية والبشرية المؤثرة في حركة السياحة بهذا الإقليم وكيفية إظهار هذه المرغبات في هيئة موارد سياحية وتحديد نوع النشاط السياحي بمستوياته المختلفة داخل الإقليم حيث تتمثل في جملتها صورة النشاط السياحي ووزنه ومكانته في صورة البناء السياحي الاشمل ، وينتهي المنهج إلى تحديد الشخصية السياحية للإقليم ومقارنتها بمناطق أخرى .

أما المنهج الثاني فهو المنهج الموضوعي ، فوحدة البحث فيه انه يكمن في أن جغرافية السياحة معالجة موضوعات مثل سياحة الاستجمام – السياحة الاجتماعية والثقافية والمنتجعات وغيرها .

كما انه يمكن أتباع المنهج الموضوعي الإقليمي وهو فرع من المنهجين السابقين وهنا يدور سؤال هام وهو لماذا يقوم النشاط في مناطق دون الأخرى رغم صلاحية الأخيرة لقيام النشاط وهذا يدفع إلى بحث ومعالجة العوامل المختلفة التي غالبا ما تكون بشرية وأخيرا ينتهي البحث إلى تحديد مستقبل النشاط السياحي .

ومن هنا نجد أن هناك ارتباطا وثيقا بين التنشيط السياحي وعلم الجغرافيا السياحية .

وعند بحثنا في أمر العلاقة بين التنشيط السياحي وعلم الجغرافيا وجدنا ضالتنا في كتاب أستاذنا الدكتور محمد خميس الزوكة – صناعة السياحة من المنظور الجغرافي الصادر عام ١٩٩٢ ورغم انه قد مر خمسة عشر عاما على صدور هذا المؤلف إلا انه مازال يجيب عن تساؤلاتنا وأهمها إلقاء الضوء على نقاط الالتقاء والتطابق بين السياحة كظاهرة بشرية ذات طبيعة مركبة متعددة الجوانب ، والجغرافيا كعلم موضوعي يمتلك ميزة مرونة التطبيق بعد أن تخلص من جمود النظرية منذ عدة عقود . مما زاد قدرة الجغرافيين على التمعن في

منظور صناعة السياحة بموضوعية ووضوح في إطار علمي متميـز – فظـاهرة السياحة كما يقول أستاذنا الدكتور محمد خميس الزوكة تدخل في مجـال واهتمـام علم الجغرافيا الذي يسعى إلى زيادة معرفة الإنسان وفهمه للبيئة لتزداد قدرته علـى استغلال مواردها في الأغراض المختلفة – ومعنى ذلك إمكانية توظيف الجغرافيـا في مجال السياحة بإظهارها للخصائص (الموارد) المكانيـة مـن حيـث الملامـح والتوزيع التي يمكن أن تشكل عرضا يستثمر لتلبية الطلب السياحي – وهذا يبـرز العلاقة الوثيقة بين بعض ملامح البيئة الطبيعية كالسواحل البحرية والجزر وبعـض أشكال السطح الأرض والبحيرات والأشكال النباتية الطبيعيـة والحيـاة الحيوانيـة الفطرية وأنماط السياحة المرتبطة بهذه الموارد إن دراسة العلاقة بـين الجغرافيـا والسياحة أمر هام فبعض الجغرافيين يعرفون الجغرافيا بأنها علم المسافات لتـأثير المسافات على الظواهر المختلفة مما يعني إمكانية اعتبار السياحة من الموضوعات التي تدخل دائرة الاهتمام الجغرافي لتأثير عامل المسافة علـى صـناعة الـسياحة فالمسافات الفاصلة بين الدول وبعضها لها تأثير كبير حيث يكـون مـن الأفـضل دراسة الأقاليم المصدرة لسياح بلد ما ودراسة الوقت الذي تـستغرقه الرحلـة مـن الدولة المصدرة للسياح والدولة المستقبلة لهم – فالمواقع القريبة من أسباب ازدهـار السياحة ومن هنا فإن الارتباط بين مصر والدول العربية والأوروبية القريبة يجـب أن يكون محل نظر واعتبار لدى العاملين بالتنشيط السياحي وعمل دراسات متعمقة وهذه الدراسات لا يمكن إغفال علم الجغرافيا فيها – ومن ذلـك دراسـة المراكـز العمرانية السياحية والمنتجعات الساحلية أو البحرية والمنتجعات الرياضية وأيـضا الطبيعية والعلاجية .

التنشيط السياحي وعلم الإحصاء

نعتقد أن الإحصاء السياحي يمثل بصورة حقيقية وواضحة الواقع السياحي لدولة ما أو محافظة أو مدينة – وعلم الإحصاء تطور تطورا كبيرا ولكن الأسـاس في هذا العلم هو انه من ألزم الأمور للسياسة السياحية أن ترتكن إلـى إحـصاءات سليمة ودقيقة تمكن من معرفة المقدمات والنتائج وتبني عليها سياسة دعائيـة فـي

الخارج وسياسة تخطيطية في الداخل ولعل أول المؤلفات عن الإحصاء السياحي كان للأستاذ مصطفى زيتون – وكيل المراقبة العامة للتخطيط والبحوث والإحصاء بمصلحة السياحة في عام ١٩٦٥ في الوقت الذي كان الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب مدير عام مصلحة السياحة في هذا الوقت وقدم لكتاب الإحصاء السياحي ودراسات في الإحصاء السياحي الصادرين عام ١٩٦٥ – وورد في هذا التقديم انه ما أحوجنا إلى الدراسة الواعية للأسواق السياحية وعمل المقارنات والإحصاءات عن عدد السياح في البلاد السياحية المتقدمة وطرق المواصلات السياحية ومدى الخدمات التي تقدم للسياح وقيمة كل منها والمستويات المختلفة للفنادق ومدى الكفاية المكانية لكل هذه الفنادق وأن سبيل ذلك هو الإحصاء السياحي – فالسياحة كعلم لا غنى لها عن الإحصاء فهو السبيل الوحيد لجعل التخطيط محبوكًا بحيث يؤتي ثمرته المرجوة .

والواقع أن الإحصاء السياحي كما جاء في كتابي الأستاذ مصطفى زيتون يؤكد انه لا غني للعاملين في المجال السياحي أو التنشيطي عن الاستفادة من علم الإحصاء – خاصة وأن العلم يبحث في متوسط الإنفاق اليومي للسائح ووسائل الإنفاق السياحي وتقدير الإيرادات السياحية والسياحة في المدفوعات واثر السياحة في الدخل القومي – وصناعة السياحة في مشروعات التنمية والإحصاءات الفندقية واقتصاديات الفنادق والإحصاءات المتعلقة بها وبالمواصلات السياحية والطيران وأهمية إحصاءات النقل الجوي والبري .

وإذا كان ذلك قد حدث منذ أكثر من أربعين عاما فلنا أن نتخيل الأهمية التي يحتلها علم الإحصاء خاصة بعد الطفرات التكنولوجية والعلمية والأبحاث ورسائل الماجستير والدكتوراه التي تعرضت للإحصاء طبقًا للمفاهيم الحديثة والأسلوب الإحصائي المتقدم المعتمد على بيانات متدفقة من الانترنت والأساليب المتعمقة في البحث وسهولة الوصول إلى المعلومات والبيانات من خلال الكمبيوترات ولكن ما زال للرواد الأوائل الذين كتبوا في علم الإحصاء كل التقدير والتبجيل والاحترام فما وضعوه من معلومات وبيانات وإحصائيات كانت اللبنات

الأولى التي تم عليها إعلاء البنيان والذي يستفيد منه الآن آلاف العاملين في مجـال السياحة والتنشيط بصفة خاصة – فالاعتماد على العمليات الإحصائية تحول النشاط السياحي إلى أرقام تمكن المخططين من وضع الاستراتيجيات المستقبلية على أسس علمية وتقييم الوضع السابق والحالي من خلال نتائج الإحصاءات التـي تحـرص الدول المتقدمة على إدراجها في رأس أولوياتها – كما يحرص المـستثمرون فـي المجال السياحي على توفر اكبر قدر ممكن الإحصاءات التي تقوم بدور كبير فـي التهيئة لاتخاذ القرار السليم من العمليات الإحصائية التـي تظهـر الواقـع الفعلـي للنشاط السياحي .

التنشيط السياحي وعلم الآثار

في مصر ومنذ بدأت تعرف السياحة ارتبط النشاط السياحي بالآثـار فـلا يوجد سياحة ما لم تتحدث عن الآثار وحتى بعد أن عرفت أنماط جديدة من السياحة إلا أن السياحة المصرية ما زالت في ذهن الكثير من الأجانـب هـي الأهرامـات والمعابد والتراث الحضاري المصري القديم . وتاريخ مصر القديمة لا يعتمد فقـط على الأحداث السياسية والدينية ، ولكن هذا التاريخ يـشمل الجوانـب الحـضارية والمعمارية والفنية وهنا علينا أن نعرف الأثر وأيضا علم الآثار – أما الأثـر فهـو كل ما أبدعه الأجداد وخلفوه لنا من مقابر ومعابد ومـساكن وأدوات حيـاة يوميـة وأدوات الزينة وتماثيل وحلي وتمائم وبردي ومومياوات وفخار وغيرها – والأثـر من حيث الوظيفة إما دينوي أو ديني فالآثار الدينوية هي التي اسـتخدمها الإنـسان من مساكن ومنشآت إدارية ومنشآت عسكرية وكل أدوات الحياة اليوميـة أو اثـر ديني أي تلك التي أعدها الإنسان لعالم الأخـرى مـن مقـابر ومعابـد ومقاصـير وتوابيت وتماثيل جنائزية .

والأثر من حيث طبيعته إما ثابـت Monument أو منقـول Object أو اثر صغير Minor object والثابت يمثل المنشأة في موقعها كالمعبد والمقبـرة – والمنقول هوة الأثر الذي نقل من مكان العثور عليه يتعرض في متحف والذي يمثل نتاج التنقيب الأثري مثل التماثيل والعناصر المعمارية والموائد والقرابين واللوحات

الجنائزية والتوابيت، أما الأثر الصغير فهو الأثر دقيق الحجم مثل الحلي والتمائم وأدوات الزينة والأختام والتماثيل الصغيرة وأدوات الحياة اليومية وغيرها .

أما علم الآثار Archaeology فهو العلم المعني بدراسة كل ما خلفه الإنسان على سطح الأرض واشتقت الكلمة الدالة على علم الآثار من كلمتين يونانيتين هما Arche ومعناها البدء وLogos ومعناها كلمة أي أن Archaeology في معناها الحرفي "بداية الكلمة" أي بداية إبداع الإنسان القديم أو دراسة كل ما هو قديم .

والاهتمام بالقديم أمر متأصل في نفس الإنسان في كل زمان ومكان ربما بدافع حب الاستطلاع أو التعرف على فكر السابقين من خلال ما تركوه أو الاحتفاظ بكل ما هو قديم لقيمته المعنوية أو الأدبية أو حتى القيمة السعرية لكل ما هو قديم وثمين .

وتشهد الآثار المصرية نقوشا ومخربشات وشواهد تعبر عن زيارات السائحين من حكام وغيرهم عبروا من خلال ما سجلوه عن إعجابهم بهذا الفن أو تلك العمارة – ومنذ عصر النهضة في أوروبا والانبهار يتزايد بالحضارات القديمة وبدا الأمر مهيئا لنشأة علم مهتم بالآثار ويظهر علم الانثروبولوجي وعلم الجغرافيا والهندسة والتنقيبات الأثرية.

المصريون القدماء والحفاظ على الآثار

إن قضية الحفاظ على الآثار من أهم وابرز قضايا العمل الأثري وقد عنيت مصر كغيرها من الدول ذات الحضارات التليدة بهذه القضية للحفاظ على التراث الإنساني للأجيال القادمة – والمطلع على التراث الحضاري عبر العصور في كل زمان ومكان سوف يتأكد عمليا من سعي الإنسان للنهوض بهذه المهمة بكل ما أوتي من تجربة وخبرة ومهارة – ولأن الإنسان ميال بفطرته للاقتناء والحفاظ على اقتناء أو إصلاح ما تهدم من معابد أو كنائس أو مساجد أو أي اثر ثابت تمثل نوعا من الحفاظ على الآثار فهي تمثل للإنسان قيمة تاريخية أو أثرية أو تحمل

ذكرى معينة – ومن هنا أتى ما يسمى بالوعي الأثري وأهميته ووسائل نشره فـإذا أرادت أمه أن تحافظ على تراثها الأثري فلن نجد أفضل من الوعي الأثري سـياجا يحتضن هذا التراث – ويعني الوعي الأثري في ابسط كلمات ادراكا حقيقيا لمعنـى التراث وأهميته وقيمته وهو من انجاز الأجداد القدماء ولقد أولى أسـتاذنا الـدكتور عبد الحليم نور الدين عالم الآثار المبجل موضوع الوعي الأثري وأهميتـه جـزءا هاما من مؤلفه آثار وحضارة مصر القديمة الجزء الأول وطالـب أن يـتم تبنـي الوعي الأثري لدى الجماهير كل موجبات البحث والاهتمام حيـث يعتبـر الـوعي الأثري عندما ينتشر على مستوى الجماهير العريضة من أبناء الشعب خير تعبيـر بالفعل عن مبلغ ما وصل إليه التحضر في الشعب – وخير امة وخير شـعب هـو الذي يمتلك الوعي الأثري – ولا يبلغ الشعب هذه المرتبة من الوعي من غيـر أن يعي تماما أن من لا ماضي له لا خير له في حاضر – وأن صياغة وبناء الحاضر لا يمكن أن تبنى إلا على أساس هذه القاعدة الحضارية الراسخة العريقـة – وعلـم الآثار الذي يدعمه ويشد أزره الوعي الأثري يختلف كثيرا عن علم الآثـار الـذي يفتقد هذا الدعم .

وفي غيبة الوعي الأثري الوطني والقومي علـى مـدى القـرون الثلاثـة الماضية واعتبارا من حوالي القرن السابع عشر الميلادي وفد الخطر الـذي مـس التراث الأثري في بلادنا بكل بسوء – وكم امتدت أيدي المغامرين والأفـاقين مـن الأوروبيين الباحثين عن الشهرة أو عن الثراء إلى المواقع الأثرية وهم لـم ينقبـوا التنقيب الفني عن الآثار بل كانوا ينبشون نبشا مخربا للتراث في المواقع الأثريـة . وهم أيضا الذين تحايلوا على تهريب بعض القطع الفنية الأثرية النادرة التي لا تقدر بثمن والناس أصحاب هذا التراث في غفلة لأنهم لا يملكون الوعي الأثري ، ومـن ثم فإن يقظة الوعي الأثري ونشره على كل المستويات ضرورة أو مـسألة وطنيـة بالدرجة الأولى حتى لا تشاهد مرة أخرى هذه التحف وتلك الكنوز في غير مـصر – ففي غيبة الوعي الأثري سابقا شاهدنا تحفنا الأثرية وكنوزنا وهي تزين متـاحف أوروبا والمجموعات الأثرية الخاصة في القصور العتيقة وحتى لو أردنا اسـترداد أو عرض بعض هذه التحف الأثرية لفترة زمنية في مصر بلدها الأصلي بـرفض

من سرقوا كنوزنا رفضا باتا .

ومن هنا نادى أستاذنا الدكتور عبد الحليم نور الدين انه على صعيد هذه المسئولية لا يمكن لجهة واحد أن تتحمل مسئولية الوعي الأثري وإنما لابد وان نشارك زمرة من الشركاء في المسئولية على كل المستويات وأولها وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار ووزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالي ووزارة السياحة ووزارة الأوقاف ووزارة الشباب ووزارة الإعلام وانه ينبغي أن يتألف مجلس متخصص للتنسيق لكي يحسن توظيف كل شريك في هذه المسئولية التوظيف الأنسب لبث روح ومنطق التوعية وعلى سبيل المثال تكليف وتوجيه وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بالإعلام الذي يعالج ويعبر عن الخلفية الحضارية لمصر وتوسيع دائرة إنشاء المتاحف الإقليمية في المدن الرئيسية وعواصم المحافظات وهذا ليس بفكر جديد وإنما إحياء لفكر سابق فكم شاهدنا في الخمسينات وأوائل الستينات من القرن الماضي متحف مدينة طنطا الذي.كان يضم كثيرا من الكنوز ثم استولت الحكومة على مقر المتحف ليكون مجلس مدينة طنطا كما لو أن المتاحف تقل أهمية عن البلديات ، وكذلك ضرورة تنشيط السياحة الداخلية والرحلات السياحية العامة والخاصة ودعم وتكثيف وسائل النقل التي تخدم السياحة إلى المتاحف والمواقع الأثرية وتوزيع النشرات المكتوبة بعناية بالغة هذه الآثار ويستحسن أن يكون الحديث عن الآثار مصحوبا ببعض الصور والشرائح والأفلام السينمائية الملونة مع تكليف الجامعات وبعض الجهات المتخصصة بتنظيم دورات تثقيفية عن الآثار .

وقد انتهى الدكتور نور الدين إلى انه مهما يكن من أمر فانه ينبغي أن نعرف كيف يتجاوز الناس أو تتخطى الجماهير الحد الفاصل بين اللاوعي بقيمة الآثار إلى الوعي الكامل بالآثار المصرية وان ترسخ في الأفراد الإحساس بالمهابة والعزة والتقدير .

ويستطرد سيادته انه قد ظهرت بالفعل بعض المؤشرات التي تبشر بالخير في الوقت الحاضر وتجسد هذه المؤشرات انتعاش الوعي الأثري بين أفراد الشعب

المصري وهو في اشد الحاجة إلى ذلك في هذه الفترة التاريخية ومن هذه المؤشرات المبشرة الإقبال على زيارة المتاحف والإقبال على طلب ودراسة علم الآثار في الصفوف الجامعية – وطرح قضايا الآثار للمناقشة في بعض المجالس الخاصة بين زمرة المثقفين وأول الغيث قطرة .

الآثار المصرية والتنشيط السياحي

في الاحتفالية العلمية الدولية لتكريم عالم المصريات الدكتور عبد الحليم نور الدين – التي عقدت فعالياتها بجامعة القاهرة وكلية الآداب جامعة الإسكندرية ومكتبة الإسكندرية في الفترة من ١٠-١٢ ابريل عام ٢٠٠٧ كان لنا شرف إلقاء كلمة في هذه المناسبة جاء بها انه صاحب حس اثري راقي مرتبط برؤية سياحية عالية ورائعة واحتفالية التكريم هذه تعدو بحق تقديرا واحتراما لقيمة هذه القمة صاحبة المقام الرفيع والمنارة العلمية والأثرية ، وقولنا هذا بعيد كل البعد عن المجاملة أو عبارات التكريم بل أن لهذه المقولة أصل مسجل في كتابه آثار وحضارة مصر القديمة الجزء الأول في صفحة ٣٣٠ وما بعدها ونورد هنا هذا المبحث الذي جاء تحت عنوان الآثار المصرية والتنشيط السياحي .

الآثار المصرية والتنشيط السياحي

يحدثنا الأستاذ الدكتور عبد الحليم نور الدين أن الإنسان نزع في الماضي ، بل تحمس للخروج في رحلة فيطوف ويزور المكان ويتعرف عليه ويتعامل مع الإنسان ، وقد تتحقق الأهداف المتنوعة في نهاية المطاف ، وقد يسجل من خرج في هذه الرحلة انطباعاته ورؤيته بكل الصدق وهو لا يكذب أو لا يضلل . وقد يضيف من عنده تعليقا رديئا يعرض عنه ويعترض عليه كل من تتكشف له الضلالة والبهتان ، ولكن يبقى بعد ذلك كله الهدف السياحي الذي تعبر عنه وتخدمه هذه المرحلة .

ويبدو أن بعض أهم الحوافز التي تحمس هذا الخروج في الرحلة وهي تخدم إلى جانب كل الأهداف الهدف السياحي في الماضي ، تعيش في الوقت الحاضر ، وربما أضيفت إليها حوافز كثيرة بناء على تحسين الوسيلة التي تخدم

المضي في الرحلة وإسقاط حاجز المسافة بين المكان والمكان الآخر . والسيارة والسفينة والطائرة كلها وسائل حضارية ، تسقط حاجز المسافة وتخدم حركة السياحة ورحلات السياحة ، مثلما تخدم الأهداف الآخرة التي تكون حيوية ، ويكون من اجلها الانتقال من المكان إلى المكان الآخر .

ورحلة ابن بطوطة أو ابن جبير أو غيرهم ممن سجلوا الخروج في الرحلة ، تفوح من هذا التسجيل رائحة الهدف السياحي بين كل الأهداف الحيوية الأخرى ، ورحلات كثيرة أخرى خرجت وهي تتبنى الهدف السياحي علاوة على كافة الأهداف الأخرى المعلن عنها بشكل صريح أو حتى بالتلميح . ومع ذلك كانت تكاليف الرحلة أحيانا والتخوف من مخاطر الطريق أو الوسيلة تحول دون الإقدام الجريء على تنفيذ ما يجول بخاطر كل ما تحدثه نفسه للخروج في الرحلة التي تتبنى الهدف السياحي بين مجمل الأهداف الأخرى ، أحيانا أخرى .

هذا ، وربما كانت رحلة السياحة إلى وقت قريب هي الحلم الذي يراود الأغلبية وترنو إليه ولكن لا تملك القدرة على ممارسة هذه الهواية . بل قل انه في النصف الأول من القرن العشرين وهو يشهد التطور في الوسيلة الحضارية التي تخدم الرحلة وتحقق ما تصبو إليه كانت رحلة السياحة هي حق للأثرياء فقط ، ولم يكن في وسع غير الأثرياء من الناس أن يتحول الحلم الذي يراودهم من مجرد الفكرة التي تداعب خيال الواحد منهم إلى تنفيذ عملي والخروج في رحلة تضع السياحة في المقام الأول بين أهداف الخروج .

المتغيرات وتنشيط الهدف السياحي

قد لا ننكر بل ينبغي أن لا نستنكر المتغيرات التي تولدت بعد الحرب العالمية الثانية وهي تعصف بالقديم وتسعف المجتمع بكل جديد . وكان من شأن هذه المتغيرات وهي حضارية وسياسية واقتصادية على مستوى الجماعة والتشكيل الاجتماعي في أنحاء الأرض . أو هي ذاتية ونفسية على مستوى الفرد وأوضاعه في التشكيل الاجتماعي ، أن تحدث التغيير وأن تنتهك التقاليد التي خصصت السياحة لزمرة الأثرياء ، بل قل أنها قلبت الأوضاع السياحية رأسا على عقب

وأصبحت رحلة السياحة حقا مباحا للفرد على كافة المستويات وفي الإطار المعين الذي يتحمس للذهاب إليه والتنعيم بالهدف السياحي الذي يسده ويستهويه .

وتحولت السياحة إلى صناعة بالفعل ، ويجيد من يتعلم فنون وأسرار هذه الصناعة خدمة الهدف السياحي . كما يجيد توظيف الإغراء والدعاية عوامل الجذب لكي يستهوي تطلع الفرد أو حلم الجماعة إلى الهدف السياحي ، ويعرف كيف تقدم لهم في أثناء الرحلة ويبتاعون منه المتعة والتنعيم وكل ما هو متاح أو مباح في إطار الهدف السياحي ، وكانت الرحلات السياحية رحلات فردية أحيانا ورحلات جماعية أحيانا أخرى ، وتمضي رحلات السياحة على أوسع مدى وهي تزور الأقطار والدول في أنحاء العالم ، ومع ذلك فإن التفاوت بين إقبال هذه الرحلات إقبالا شديدا على بعض الأقطار في مقابل عدم الإقبال على السياحة في أقطار أخرى .

وصحيح أن بعض الدول قد أضافت إلى تركيب اقتصادها الهيكلي قطاع السياحي وهو يحقق العائد الكبير وصحيح أن بعض الدول مثل اسبانيا قد تفوقت في عرض وتسويق وبيع المتعة لمن يفد إليها في سياحة فردية أو في سياحة جماعية ، وصحيح أن الرصيد الذي تمتلكه الدولة وتحسن توظيفه وتتفوق في عرضه وتسويقه وبيعه لمن يتلمس المتعة السياحية يتفاوت من قطر إلى آخر ، ولكن الصحيح بعد ذلك كله هو الكيفية التي تعثر بها الدولة على هذا الرصيد والكيفية التي تحسن بها استغلاله لحساب الهدف السياحي .

وليس في وسع الدولة أي دولة أن تحسن البحث عن الرصيد الجيد الذي تستخدمه من اجل استقطاب رحلات السياحة ، وهي لا تدرك بكل الوضوح مفهوم السياحة وأبعاد الهدف السياحي ، بل قل من لا يدرك الهدف لا يمكن أن يصيبه أو يصل إليه ، ومن ثم يجب أن تعرف الدولة جيدا هذا المفهوم بعد تغيره وهو يطاوع المتغيرات في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، وينبغي أن يستوعب الفرد ، وأن تستوعب الجموع في إطار التشكيل الاجتماعي هذا المفهوم لكي يتسنى التعامل الأفضل مع ما يعنيه وما يجسده ويتطلع إليه هذا الهدف السياحي ومفهومه المتغير

في المكان والزمان .

ومن وراء هذا المفهوم المتغير ، حقائق كثيرة تعلن عن التفاوت والاختلاف بين طبيعة وتقاليد وأعراف ومنطق وفلسفة الحياة التي يتشبث بها الناس في أوطانهم ولا يقدمون على التفريط فيها وهم أصحاب الأرض وحق السياحة المطلقة عليها ، وطبيعة التقاليد وأعراف ومنطق وفلسفات الحياة التي يتحلى بها وتوجه سلوكهم وليس في وسعهم الإقلاع عنها وهم وفود وقادمون في رحلاتهم السياحية .

ولا شيء أفيد ومسئول عن إنجاح الهدف السياحي من الحرص على استيعاب هذا التفاوت وتجاوز كل الضوابط التي يفرضها المجتمع السيد في وطنه وعدم إلزام السياحة بالقبول بها أو الامتثال لأوامرها ونواهيها ، وبمعنى أن يرتفع الناس ويسمو المجتمع إلى الحد الذي لا يعترض على السلوك الغريب اعتراض من يعاقب أو من يلوم أو من يجرم . وهناك حد معقول يمكن أن يوضع لكي ينضبط بموجبه هذا السلوك الغريب حتى لا يتأذى منه المجتمع ويستنكر الهدف السياحي إلى درجة التفريط في القيمة الاقتصادية التي يجنى ثمارها من السياحة .

وفي إطار هذا المفهوم المتغير ، يرنو السائح أو يتطلع إلى تحقيق الهدف السياحي ، ويمثل هذا الهدف ضربا من ضروب المتعة والتنعيم لأنه يجاوب الحاجة أو الحافز الذي يخرج من اجله السائح ، ومن ثم لا رحلة سياحية من غير هدف سياحي مشروع في نظر السائح على الأقل ، بل قل ولا متعة أو تنعم من غير أن يحقق السائح الهدف السياحي الذي تحمس له وخرج في الرحلة السياحية الفردية أو الرحلة الجماعية من اجله .

ويستدعي التمعن في مفهوم الرحلة السياحية وهو يطاوع المتغيرات أن نعرف جيدا لماذا تكون الرحلة السياحية قبل أن نعرف كيف تكون وماذا يستقطبها وينشطها ويجعل منها موردا من موارد الدولة الاقتصادية ويتحقق منها الحصة المناسبة للقطاع الخاص والناس الذين ينتفعون بهذه الرحلات السياحية .

تنظيم الرحلة السياحية الفردية والرحلة السياحية الجماعية لا يبدأ أبدا من فراغ ، وهناك من غير شك الدواعي والأسباب والمبررات التي تكون من وراء تنظيم هذه الرحلة وتدعوها إلى الخروج ، وخروج هذه الرحلة السياحية الفردية أو الرحلة الجماعية لا يكون أبدا من غير هدف ، هناك من غير شك أكثر من هدف أو غاية يتطلع إليها من يخرج ويدفع تكاليف هذه الرحلة عن طيب خاطر وبأكبر قدر من السخاء حسب قدراته المالية ، وهذا التنظيم الذي يبدأ من فراغ ولا يكون من غير هدف ، يبتني أولا وأخيرا على إحراز القسط الأنسب من المتعة والتنعم ، ولا تكاد تتحقق هذه المتعة التي تعلن عنها نتيجة التقويم الغني للرحلة السياحية إلا إذا أشبعت الرحلة الحاجة التي خرج من اجلها الفرد أو الجماعة في هذه الرحلة ، ولا إشباع من غير أن يتحقق الهدف ، ولا يتجاوز هذا الهدف البحث عن المتعة على احد وجهين في البلد الذي تمضي الرحلة السياحية وتتنعم بزيارته.

ويتمثل الوجه الأول في خصائص الطبيعة التي يتميز لها البلد الذي تذهب إليه الرحلة السياحية ، وقد يطلب السائح المتعة وهو يعايش الواقع التضاريسي ويتأمل مهارة أنامل الطبيعة وعواملها الفاعلة وهي تشكل التفاصيل البديعة في إطار الصورة التضاريسية أو إطار الصورة الحيوية وما تحتويه من نمو نباتي ووجود حيواني بديع .

وقد يجد السائح المتعة بحالة الطقس ويتنعم بالجو المعتدل الجميل وهو يتزلج على الجليد ويلهو أو وهو يجالس البحر ويناجيه في حلم صيف بديع ولا تثريب على من يطلب متعة التعايش مع الطبيعة في سويعات فراغ يخصصها لراحة النفس والبدن ، ولا يبخل من يبحث عن هذه المتعة في دفع الثمن المناسب في مقابل التنعيم والاستمتاع الحقيقي بهذه المتعة الطبيعية ، وكم من دولة كان في وسعها أن تسخر الواقع الطبيعي الخلاب في استقطاب الرحلات السياحية .، كما كان في وسعها أن تجعل من عوائد الرحلات السياحية الإضافية الاقتصادية الجيدة إلى داخل الفرد والى موارد الدولة .

ويتمثل الوجه الآخر في انجازات الإنسان البديعة التي تستهوي السياحة والرحلات السياحية ، والتراث الأثري الذي اصطنعته الأيدي الماهرة من أصحاب الحضارات القديمة يشد انتباه السياحة وتتطلع الرحلة السياحية إلى تحصيل واستيعاب هذه المتعة ، وهناك انجازات العصر الحديث مثل المعارض والمتاحف ومزارع الزهور النادرة التي تغري السياح وتستقطب اهتمامات الرحلة السياحية واضف إلى ذلك كله المزارات والأماكن المقدسة التي تستهوي السياح في مواسم معلومة ، ومواقع يزدهر في ربوعها العلم وتعطيه لمن يطلب بسخاء ويستهوي نمطا متخصصا من السياح ولا تثريب على من يطلب متعة التعايش مع انجازات الإنسان قديما أو حديثا في سويعات أو في أيام أو في فترات تكفل له التنعيم وتحقيق الهدف ، ولا يبخل أو يقتر من يطلب هذا الهدف في دفع الثمن في مقابل الاستمتاع الحقيقي بهذه المتعة الإنسانية ، وكم أفلحت في حسن استخدام ما تملكه من تراث اثري من اجل استقطاب الرحلة السياحية ، وكم من دولة متقدمة فنيا وعلميا في وسعها أن توظف هذا التقدم الذي يبهر ، حتى يستقطب السياحة والرحلات السياحية .

وينبغي أن نشير إلى بعض الدول التي تجيد أو تحسن استخدام ما هو متاح في ربوعها سواء تمثل في جمال الطبيعة أو تمثل في تراثها القديم أو انجازاتها الحديثة أو المعاصرة ، في استقطاب وتنشيط السياحة ، وتجيد هذه الدول في كثير من الأحيان توظيف المؤتمرات والاجتماعات لحساب العمل السياسي أو العمل الاقتصادي أو العمل الرياضي أو العمل الاجتماعي وتجمع الوفود من دول كثيرة على الصعيد الإقليمي أو على الصعيد العالمي ، على النحو الأنسب لتنشيط السياحة والرحلات السياحية . ولا تترك وسيلة أو أسلوبا من غير أن تحمس توظيفه في بث الدعاية وتوجيه الدعوة التي تنشط الإقبال السياحي ، ولا سبيل مثلا لإنكار حسن استغلال فترة الألعاب الاولمبية أو موسم الحج من كل عام في جني ثمرات الوفود في طلب المتعة لحساب النشاط السياحي .

أكدنا في كتابنا الإسكندرية روعة وعطاء أنها مدينة عالمية بما قدمته إلى بقاع الأرض وأركان الدنيا من آثار وكنوز خرجت من الإسكندرية ولا زالت شاهدة عليها فهذا الكم الهائل من الآثار التي خرجت من الإسكندرية لتغزو العالم وتذكره بهذه الحضارة العظيمة – وأيا ما كانت الوسيلة التي خرجت بها هذه الآثار فمنها ما تم إهداؤه ومنها ما تم شراؤه وأكثرها ما تم سرقته ، لكن يبقى أن أكبر ميادين العالم حيث يشاهد ملايين المترددين عليه آثار من الإسكندرية وأعظم متاحف العالم والتي يزورها الملايين يشاهدون التحف الأثرية النادرة من الإسكندرية ولو أردنا حصرا لكل ما خرج منها وبقي في مواقع أخرى ليذكر العالم بهذه المدينة العظيمة لكان علينا أن نجوب الأقطار شرقها وغربها – ونضرب مثلا بمسلة كليوباترا – فقد كان من عادة قدماء المصريين عند تشييد المعابد إقامة مسلتين عند مداخلها الخارجية – وقد أرادت كليوباترا أن تنحو نحو هؤلاء الفراعنة عند شروعها في بناء معبد البيزاريوم الذي شيد إكراما لانطونيو باسم الإله حورس البحارة – وقد أقيم هذا المعبد على مساحة واسعة في المنطقة المعروفة الآن باسم محطة الرمل إلا أنها لم تحذو حذو قدماء المصريين من الفراعنة الذين كانوا يحفرون المسلات من حجاتر أسوان وينقشون عليها أسمائهم وأسماء الآلهة المقامة لها المعابد والمواقع الحربية التي خاضوها – وإنما أمرت كليوباترا بنقل المسلتين من معبد عين شمس وكانتا تحمل شعار الملوك تحتمس الثالث ورمسيس الثاني وسيتي الثاني وقد نصبت بعد نقلهما في الموقع المجاور للقنصلية الايطالية الحالية بمنطقة سعد زغلول وبمواجهة الميناء الشرقي في هذا المكان وفي القرون الوسطى سقطت هاتين المسلتين وظلت في مكانها إلى أن طلبت الحكومة الانجليزية من محمد على باشا التصريح لها بنقلها إلى انجلترا ولكنها لم تنقل إلا في عام ١٨٧٧ حيث نصبت على ضفاف نهر التايمز .

ثم أهديت المسلة الثانية عام ١٨٧٩ إلى الولايات المتحدة الأمريكية وهي قائمة الآن بكل الشموخ بميدان سنترال بارك بنيويورك – وإذا عبرنا المحيط

الأطلنطي متجهين إلى قلب أوروبا فسنجد في متحف اللوفر بباريس حجرين كريمين محفور عليهما صورة بطليموس الرابع – إحداهما من الأمام والأخرى من الجانب – وفي متحف الفاتيكان تمثال من البازلت الملكة ارسينوي واقفة على الطريقة الفرعونية – وتمثال النيل الموجود بالفاتيكان (توجد نسخة مصغرة منه بمتحف الإسكندرية) – وهذا التمثال الموجود بالفاتيكان نسخة من مجموعة يونانية مصرية قديمة وهذه النسخة صنعت لهيكل ايزيس وأوزوريس في روما – وإذا استعرضنا التماثيل الموجودة بمتاحف العالم والتي خرجت من الإسكندرية في عصورها المختلفة أو تلك التي تخلد أشخاصا لهم علاقة بالإسكندرية وتاريخها فنجد تمثال نصفي لبلوتارخوس من العصر الروماني ومحفوظ بمتحف دلفي – وتمثال انطونيوس المحفوظ بمتحف الفاتيكان والتمثال النصفي لكليوباترا السابعة المحفوظ بالمتحف البريطاني .

وفي بحث مشترك مع الدكتورة ميرفت سيف الدين مدير عام المتحف اليوناني الروماني بالإسكندرية قدم في مؤتمر الإسكندرية – مدينة الحضارات الأبعاد التاريخية والثقافية والأثرية والسياحية والبيئية الذي عقد في مكتبة الإسكندرية في الفترة من ٢٥–٢٧ سبتمبر ٢٠٠٣ والتي صدرت أبحاث هذا المؤتمر في جزئين يكونان ١٥٠٠ صفحة من الأبحاث لعلماء مصر وهذا المؤتمر كان الأول والأخير والاهم – وقد ورد بالبحث أن الآثار التي نقلت خارج مصر بطريقة شرعية أو غير شرعية في أواخر القرن الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر وساهمت الأحداث التاريخية التي شهدتها مصر في تلك الآونة في تنسيق وازدياد حركة ونقل الآثار المصرية والسكندرية إلى الخارج حيث كان لسفراء وقناصل الدول الأجنبية وخاصة الأوروبية وعلى رأسهم انجلترا فرنسا – ايطاليا – النمسا على سبيل المثال دورا كبيرا في تسهيل مأمورية ومهمة نقل الآثار أثناء فترة خدمتهم بمصر والتي ولحسن الحظ تم عرض أكثرها بمتاحف أوروبا الكبرى مثل المتحف البريطاني – متحف اللوفر – متحف برلين ومتحف فيينا – وتعتبر هذه الآثار بمثابة سفير لبلادنا لتعريف العالم كله بحضارة مصر الفرعونية ودور مدينة الإسكندرية ومكانتها العريقة من العالم اليوناني الروماني .

ومن ضمن الآثار التي خرجت مجموعة من الميدليات الذهبية وعـددها ٥ قطع عثر عليها بمنطقة أبي قير وجميعها ترجع إلى العصر الروماني وعلى وجـه الدقة تؤرخ للقرن الثاني الميلادي – حيث أنها كانـت تمـنح كجـوائز للفـائزين بالألعاب الاوليمبية وهذه الميداليات لم يعثر بعد على مثيل لها – وقد تـم تهريبهـا إلى بلاد اليونان ومنها إلى أوروبا وأمريكا – حيث لم يعرف أماكنهم حتـى وقـت قريب – وهذه القطع الآن محفوظة بعدة متـاحف عالميـة – متحـف سـالونيكي ومتحف برلين ومتحف بالتيمور .

وهذه القطع هامة للغاية حيث انه ممثل على إحداهما رأس الملك المقدوني فيليب الثاني والد الإسكندر الأكبر الذي نجح في لم شمل بلاد اليونان ضد عـدوها اللدود – الفرس – وعلى ميدالية أخرى يصور عليها والـدة الإسـكندر اوليميـاس وميدالية أخرى مصور عليها الحورية عارية تظهر تمتطي ظهر الثور الذي يجري مسرعا وهذا الثور مخلوق أسطوري – حث ينتهي نيله على شكل ثعبان .

ويوجد أيضا رأس من الرخام للاسـكندر الأكبـر وموجـودة بـالمتحف البريطاني منذ عام ١٨٧٢ والجدير بالذكر أن معظم القطع الأثرية التي آلـت إلـى المتحف البريطاني والتي عثر عليها بالإسكندرية قد خرجت مـن الـبلاد بطريـق شرعي حيث هزم الجيش الفرنسي على يد الجيش الانجليزي وعقد معاهدة بالتحديد في ٣٠ أغسطس ١٨٠١ ، كان من أهم شروطها تسليم جميع القطع الأثريـة التـي قام بجمعها علماء الآثار الفرنسيين أو الهواة مـن أفـراد الجـيش إلـى المتحـف البريطاني بلندن – وقد قام الحاكم العسكري التركي لمصر آنذاك بتسليم هذه القطـع الأثرية إلى الجيش البريطاني وذلك لنقلها وعرضها بالمتحف البريطـاني بلنـدن – ولذا فلقد غادر الجيش الفرنسي بعلمائه خاوي اليدين باسـتثناء بعـض المقتنيـات الأثرية الخفيفة والسهلة الحمل مثل البردي ولقد قام سكرتير المعهد المصري للآثار جوزيف فورير بإعداد قائمة بخط السيد محفوظ بالأرشيف المركـزي بـانجلترا – ونسخة أخرى مصورة يحتفظ بها القسم المصري بالمتحف البريطاني وهذه القائمـة مدعمة برسومات لهذه القطع الأثرية .

وهناك بعض القطع الأثرية الأخرى التي كانت ملكية خاصة للملك جورج الثالث والذي قام بدوره بإهدائها إلى المتحف البريطاني عام ١٨٠٢ ومن أشـــهرها بالطبع حجر رشيد وجزء من تابوت الملك نكتانبو وهو يقوم بتقديم القـــرابين أمـــا الوسيلة غير الشرعية فهي تلك التي انتهجها القناصلة الأجانب بالإسكندرية ســـواء عن طريق شراء واقتناء هذه القطع الأثرية أو القيام بالحفائر بالمدينة واغلب هـــذه القطع ثم نقلها لبلادهم .

ومن أهم القطع التي حفظت بالمتحف البريطاني تمثالين من البرونز للملك البطلمي الثاني فيلاديفوس وزوجتـــه ارســـينوي الثانيـــة – ورأس أخـــرى للملـــك فيلوباتور من الرخام ورأس أخرى للمعبود سيرابيس .

وفي متحف كاسل بألمانيا رأس رخامية خاصة بالملكـــة برنيكـــي الثانيـــة ورأس للملك البطلمي الرابع فيلوباتور محفوظة بمتحف بوسطن وبالمتحف القـــومي بأثينا ومتحف تورين بايطاليا يوجد العديد من الآثار السكندرية والمصرية وذكرنـــا للآثار المصرية والسكندرية بالخارج قد يوحي للقـــارئ أو لـــبعض المفكـــرين أي مجرد وجود هذه التحف والآثار بالخارج هو خير دعاية لمصر .

الفصل الرابع

منطلقات وركائز التنشيط السياحي

منطلقات وركائز التنشيط السياحي

نملك رؤية وهذه الرؤية سواء كانت واضحة ومتقدمة أو حتى شعارات فكرية أو آراء شخصية – فإنها أي الرؤية نهدف منها إلى ترسيخ مفاهيم ومنطلقات قد تفيد العاملون في مجال التنشيط وملخص هذه الرؤية أن عصب النشاط السياحي هو عملية التنشيط وقد يختلف معنا البعض وقد يكون لديهم رؤية أخرى نحترمها فالبعض يعتقد أن عصب النشاط السياحي هو تسويق أو بيع المنتج السياحي أو التنمية السياحية أو التخطيط السياحي أو التشريعات السياحية أو الإعلام السياحي أو أي فرع آخر من فروع المعرفة السياحية – ونحن لا نختلف مع هذه الرؤى وفي نفس الوقت قد نجادل في أولوياتها أو ترتيبها ولكن لكي تكون رؤيتنا واضحة فإننا نؤكد أن منطلقنا في هذه الأطروحة أو ما نطرحه من أفكار يعتمد على ركائز وهذه الركائز أيضا قد يختلف البعض على أولوياتها ولكنها لو أخذت كحزمة واحدة فإننا لا تمانع في ترتيب أي منها قبل الآخر أو بعده ، المهم أنها مجموعة من المرتكزات لها أهميتها لمن يدرس العملية التنشيطية كمدخل هام لباقي عمليات أو أوليات النشاط السياحي – وهذه الركائز أو المنطلقات تتمثل في الطبيعة – الوعي السياحي – التاريخ – البيئة – الفنون – الرياضة – اللغة – النقل والمرور والطرق – المواني والمطارات – أماكن الإيواء ..

الركيزة الأولى : الطبيعة ..

تلعب الطبيعة في العملية التنشيطية أهم الأولويات فجمال الطبيعة في البلد المطلوب تنشيطه سياحيا يعتبر من أهم الأمور ويدخل في الطبيعة – الملامح جميلة المنظر للمكان المراد زيارته فبعض الملامح الطبيعية تشكل ترياقا شافيا للعديد من أمراض المجتمعات البشرية المتحضرة وأنشطة السياحة تعتمد في أقاليم متعددة من العالم على المشاهدة والاستمتاع بمناظر الطبيعة الخلابة أو بما أفاء الله به على بعض البلدان من جمال قد لا يوجد في أماكن أخرى وهذه المناظر هبة من الله سبحانه وتعالى وزعها بعدله فبعض البلاد بها غابات والبعض الآخر بها جبال أو

وديان أو بحيرات أو انهار أو شلالات ومساقط مائية إلى آخر هذه الهبات الربانية وهي تشكل جمالا طبيعيا يستفيد منه الإنسان – فالشواطئ الرملية الواسعة المشمسة على البحار كالبحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر والبحر الأسود وجزر البحر الكاريبي بالإضافة إلى الشواطئ المنتشرة في العديد من أقاليم العالم الأخرى سواء في أوروبا أو استراليا أو الولايات المتحدة فإن هذه الشواطئ تستقبل أعدادا متباينة من جماهير الساعين إلى الراحة والمتعة والتمتع بالشواطئ الرملية وأشعة الشمس والهواء العليل النقي .

ويندرج تحت جمال الطبيعة المناخ – فللمناخ تأثير كبير على صناعة السياحة حيث يؤثر بصورة مباشرة في أنشطة السياحة بما توفره خصائص بعض عناصر المناخ من جذب سياحي لأقاليم معينة سواء طول العام أو خلال فترة محددة من السنة – ويلعب المناخ دورا كبيرا في توطن المنتجعات السياحية في مواقع محددة فعلى سبيل المثال يمثل مناخ البحر الأحمر بالنسبة لصعيد مصر شتاءا أهمية كبرى فعوامل الجذب السياحي لهذه المناطق لا يمكن تقييم مدى جذبها السياحي بعيدا عن عامل المناخ . والمناخ يمثل مجالا استثماريا أو رأس مال يمكن في حالة استغلال خصائص عناصره في صناعة السياحة أن ندر دخلا كبيرا فهناك علاقة وثيقة بين المناخ والسياحة وخاصة فيما يتعلق بعنصري درجة الحرارة والرطوبة النسبية حيث تلعبان دورا هاما في متطلبات شعور الإنسان بالراحة من ناحية المناخ وبالتالي قدرة بعض الأقاليم أو المواقع السياحية أو المنتجعات في خلال شهور الصيف أو حتى شهور الشتاء فالمعروف أن جسم الإنسان يتأثر بأحوال الجو المحيط به بصورة مباشرة .

إذاً فصناعة السياحة شأنها في ذلك شأن كل الأنشطة البشرية تتأثر بملامح البيئة الطبيعية المحيطة ، فالطبيعة تلعب دورا لا يمكن إغفاله في توزيع مواقع وأماكن الاستجمام والترويح وفي تحديد أنماط السياحة وتسهم أيضا في تحديد مدة إقامة السائح وحتى تتم الزيارات السياحية لهذا الإقليم أو ذاك ، فالطبيعة تحدد في حالات كثيرة مدى إمكانية مزاولة النشاط السياحي – فجمال الطبيعة والمناخ يحدد

ملامح يبحث عنها السياح ويقطعون مسافات طويلة أو قصيرة من اجل الوصول إلى المواقع التي تتمتع بجمال الطبيعة وحسن المناخ مما يؤكد أن هناك علاقة وثيقة بين الطبيعة وصناعة السياحة وبالتالي العملية التنشيطية التي تعتمد اعتمادا كبيرا على جمال الطبيعة وحسن المناخ .

إذاً فالمناخ وجمال الطبيعة فهذين العاملين أهم عوامل الجذب وعليه يمكن التخطيط للإجازات في المناطق التي تتسم بدرجات حرارة معتدلة وسطوع منتظم ودائم للشمس حيث يمثل المناخ رأس المال غير المنظور لكثير من مواضيع الاستجمام ويختلف ذلك باختلاف أقاليم العالم المناخية فالأقاليم ذات الشتاء الجاف والشمس الساطعة اكتسبت أهميتها من مناخها – ومن دراسة تيارات السياحة العالمية نجد أنها تتجه من أقاليم المناخات الباردة والسحب الدائمة إلى الأقاليم الدفيئة والشمس الدائمة وعيون المياه المعدنية .

ومن هنا ظهر ما سمي بالسياحة العلاجية التي تعتمد في المقام الأول على ما منحته الطبيعة لبعض الأماكن أو الأقاليم من منح الهبة وهبات ربانية فاستغل الإنسان هذه المنح والهبات أحسن استغلال لصالح الإنسان أيضا وخاصة المرضى منهم والذين يتم شفاؤهم وعلاجهم من الطبيعة .

أما تعريف السياحة العلاجية ....

فانه يتمثل في انتقال السائح من بلده الأصلي داخل أو خارج وطنه بهدف الاستفادة من العناصر أو القيم العلاجية الطبيعية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى بصور طبيعية في جو أو مياه بلد آخر والتي يفتقدها السائح في طبيعة بلده الأصلي ، وبناء على ذلك فإن السياحة من المنظور الصحي والذي يخدم تحقيق الأهداف المعنوية البحتة والقدر المندرج منها مجموعة الأهداف المشتركة فإنها تنقسم إلى قسمين هما : السياحة الوقائية ، والسياحة الاستشفائية .

السياحة الوقائية ..

ويشتمل هذا القسم على جميع أنشطة وأنماط السياحة التي يمكن حصول الإنسان فيها على الأسباب التي تدعم أو ترفع مستوى الأداء الطبيعي لوظائفه الجسدية والعقلية والفكرية وتنمي علاقاته الاجتماعية كل ذلك من خلال انتقال الإنسان الاختياري المؤقت إلى الأماكن التي تمتلك موارد هذه الأسباب بشكل تلقائي ذاتي حر لا يخضع للإشراف الطبي المتخصص على ممارسة هذه الأنشطة في أماكن القصد .

وتمارس خلال السياحة الوقائية الأنشطة التي تؤدي إلى تجديد حيوية الإنسان وانتعاش وتحسن نفسية السائح وتنمي ثقافته وأفكاره حول قانون الطبيعة وتمتعه الديني والروحاني وهذه الأنشطة تمارس من خلال رحلات سياحية متعددة قصيرة المدة متفرقة الأنشطة أو من خلال رحلة سياحية واحدة ذات مدة كافية بممارسة عدد كبير من الأنشطة دفعة واحدة .

السياحة الاستشفائية

تختلف السياحة الاستشفائية عن السياحة الوقائية الحرة في أن انشطتها تمارس داخل أماكن ذات قيم علاجية طبيعية مخططة للعلاج والنقاهة يطلق عليها مصحات الاستشفاء يخضع فيها تقرير أنشطتها من حيث الأساليب والمدد اللازمة لممارستها للإشراف الطبي المتخصص وتنقسم الأنشطة التي تمارس في سياحة الاستشفاء داخل المنتجات العلاجية إلى :

١. أنشطة السياحة العلاجية Medical Tourism .

٢. أنشطة السياحة الوقائية Controlled provocative Tourism .

١. السياحة العلاجية...

تتمثل السياحة العلاجية في انتقال السائح من بلده الأصلي داخل أو خارج وطنه بهدف الاستفادة من العناصر أو القيم العلاجية الطبيعية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى جو أو مياه بلد آخر والتي يفتقدها السائح في طبيعة بلده ويضطر

إلى تعويضها في بلده عن طريق المركبات الدوائية أو الأجهزة الصناعية المشعة . أما بالنسبة للبلد المضيف فتتمثل السياحة العلاجية فيها حسن استغلال وتخطيط الموارد العلاجية الطبيعية بأساليب تؤدي إلى شفاء كثير من الأمراض المؤقتة والمزمنة للمرضى الوافدين من داخل الوطن أو خارجه .

وتمتاز السياحة العلاجية بدور ايجابي في العلاج وذلك بالنسبة لحدوث ارتفاع المعنويات ونفسية المريض من خلال ارتباط حصوله على الشفاء بأماكن طبيعية جميلة يستطيع فيها أن يجمع بين العلاج والاستجمام والترفيه والثقافة وبذلك فإن الأهداف العامة للقائمين بالسياحة العلاجية تجمع بين الرغبة في العلاج من بعض الأمراض الحادة والمزمنة ، واستعادة الصحة بصفة عامة ، وتجديد حيوية الجسم .

٢. السياحة الوقائية المنظمة

تمارس أنشطة هذه السياحة داخل مصحات الاستشفاء ، وتضم اغلب الأنشطة المتعلقة بالسياحة الوقائية الحرة ولكنها تمارس داخل المصحات وتحت الإشراف الطبي المتخصص المنتظم وهي تشمل جميع الأنشطة التي تتحقق للإنسان الصحة الجسدية والنفسية والفكرية بصفة عامة من خلال ما تحققه هذه الأنشطة المنظمة من تجديد لحيوية الجسم واستعادة الصحة من خلال ممارسة التغذية المنظمة والرياضة العلاجية والترفيه والثقافة وبذلك فإن اغلب روادها من القائمين بسياحة الإجازات .

كما تعتبر أنشطة السياحة الوقائية المنظمة تكميلية يمارسها المرضى من الرواد أثناء النقاهة وبعد الشفاء حيث ينصح الأطباء المرضى بالبقاء ولمدة تقل عن شهر بعد الشفاء يمارس المرضى الرياضة والترفيه والاشتراك في البرامج السياحية لزيارة المعالم الثقافية الموجودة في البلد أو الوطن المضيف .

تقسيمات السياحة من المنظور الصحي

- سياحة وقائية حرة .
- سياحة استشفائية .
- سياحة وقائية منظمة .
- سياحة علاجية .

تصنيف رواد السياحة العلاجية الطبيعية

أوضحت الدراسات العلمية تصنيفا لرواد مصحات الاستشفاء من الأجانب والمواطنين كما يلي :

١. رواد قائمون بالمستشفى الموجودة بالمصحة وهم الذين يحتاجون اتصال مباشر مع الأطباء مع احتياجهم الشديد لكل المعـدات الموجـودة داخـل المستـشفى (الحالات المرضية الحادة) .
٢. رواد يحتاجون جزء من العلاج داخل المستشفى وجزء خارجـه فـي البيئـة الطبيعية من خلال برامج طبية معدة ومخططة لهذا الغرض .
٣. رواد يحتاجون لعناية طبية لحالات محددة لمدد طويلة في العلاج الطبيعي مـع الرعاية الطبية كمترددين غير مقيمين .
٤. رواد يترددون لأخذ نصائح وإرشادات طبية بـين الحـين والآخـر لـبعض الأمراض .
٥. رواد يترددون لمدد بسيطة الاتصال باللجوء لأخذ التعليمات اللازمـة لكيفيـة قضاء أوقات الفراغ وسط الطبيعة ، والاستفادة الصحية من الهـواء الطلـق ، وحمامات الشمس والاسترخاء وتنقية الهواء التنفسي .

المنتجعات العلاجية وتاريخ تطورها .

عبارة عن أماكن ذات طبيعة خاصة مـن حيـث المنـاخ وغيرهـا مـن المقومات العلاجية التي تساعد في علاج كثير من الأمـراض بواسـطة الطبيعـة والبيئة بالإضافة إلى أنها أماكن ذات طبيعة بها منشآت طبية .

عرفت السياحة العلاجية منذ القدم وعرف الإنسان بالخبرة أن هناك بعض الأمراض مثل (الروماتيزم – أمراض الجهاز التنفسي – الأمراض الجلدية – وغيرها) تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة ذات طبيعة خاصة من حيث المناخ ثم اكتشف بالتدرج الخواص العلاجية للعيون المعدنية .

أما في عصر الرومان وقد تفنن الرومان في بناء الحمامات العلاجية وأقاموا بها الحدائق والتماثيل الجميلة وصالات الترفيه ، وفي عصر النهضة أصبحت السياحة إلى المدن العلاجية في أوروبا نوع من الترف يختص به الأغنياء وقد ضمت هذه المدن السياحية قاصرا على الأغنياء فقط ولكن دخل في هذا النقاط الطبقة المتوسطة بسبب ارتفاع مستوى المعيشة وانتشار التأمين الصحي مما أدى إلى ازدهار هذا النوع من السياحة ازدهارا كبيرا ، وفي العصر الحديث اهتمت الدول الأوروبية بهذا النوع من السياحة ودخلت ميدانه الولايات المتحدة الأمريكية واليابان مما أدى إلى ازدهار هذا النوع من السياحة .

ومن أشهر الدول في هذا المجال في أوروبا الشرقية بولندا حيث اجرت في الستينات مسحا جيولوجيا كبيرا وشاملا وقامت بحفر عيون عديدة وجديدة وأقامت فنادق جديدة وحدائق جميلة وأماكن للتسلية والترفيه من اجل هذا الغرض .

من أشهر الدول في أوروبا الغربية أيضا ايطاليا حيث أنها برزت في هذا المجال حيث أنها توسعت في إقامة المدن العلاجية (حوالي ٤٠ مدينة بها حمامات مياه معدنية) بخلاف المدن التي تستغل المناخ ومياه البحر في العلاج السياحي وكل ذلك يحقق دخلا سياحيا كبيرا .

خواص مدن السياحة العلاجية

ونجد أن المدن العلاجية قد تضم مياه معدنية للشرب وللاستحمام أو تجمع بين المياه المعدنية والجو العلاجي مثل الدفن في الرمال – الطمي الطبي – أو قد توجد بها كهوف ذات أبخرة غازية . ويجب عند تنظيم وتخطيط تلك المدن أن يكون التخطيط يتناسب مع الغرض التي أنشئت من اجله المدينة وهو العلاج

والاستجمام والاسترخاء حيث توجد الأماكن التي تساعد على ذلك مثل مركز علاج للفحص ، حدائق وملاعب لمزاولة الألعاب المختلفة ، وقوارب صيد ، فنادق ذات المستوى الرفيع ، رجال ذوي مهارة عالية لإدارة تلك المدن ، وجود البحيرات والنافورات العديدة من اجل التسلية والترفيه .

ويجب اختيار الأماكن ذات الطبيعة الهادئة والمفتوحة مثل الأماكن الموجودة على شواطئ البحار وعلى قمم الجبال حتى تبعث الراحة النفسية لأنه كلما زادت الراحة النفسية كلما قل المرض .

وقد تطورت المدن العلاجية في الوقت الحاضر فأصبح بها مراكز للبحوث الطبية ودراسات لخواص المياه وتأثيرها والمناخ الطبيعي كوسائل للعلاج وأصبحت هناك مدن متخصصة في الطبيعي منها ما يعالج الأمراض الجلدية وأخرى لإمراض الجهاز التنفسي الخ ...

والسائح العلاجي أما أن يكون مريضا أو نقها أو في صحة تامة طالبا الراحة والاستجمام مع وجود بعض الرعاية الطبية وإجراء بعض الفحوص ولذا نجد أن هذا السائح يتميز بطول إقامته والتي تتراوح بين (أسبوعين إلى أربعة أسابيع) مما يتطلب منه الإنفاق ، لذلك نجد معدل إنفاق السائح العلاجي يساوي عشرة أمثال السائح العادي مما يحقق إيرادات سياحية عالية ، وبالتالي يجب الاهتمام بهذه النوعية من السياحة لتحقيق إيرادات عالية ، وبالتالي يجب الاهتمام بهذه النوعية من السياحة لتحقيق إيرادات عالية ، مع ضرورة الاهتمام بالخدمات المقدمة داخل هذه المدن بالمستوى الذي يليق بهؤلاء السياح الذين يمتازون بالمستوى الرفيع من حيث الناحية الاجتماعية والاقتصادية ونوفر لهم سبل المواصلات المختلفة حتى يتحقق الهدف من إنشائها .

وقد نجد أن مدن المياه المعدنية لا تعتمد على السائح العلاجي فقط كمصدر للدخل ولكن هناك شركات تقوم بأنشطة أخرى مثل تعبئة المياه المعدنية وتسويقها داخليا وخارجيا (كمياه فيش وفينيل) وتصدير مياه الأملاح المعدنية والأعشاب الطبية .

أماكن ومقومات السياحة العلاجية في مصر

من بين الاتجاهات العامة المعاصرة التي غيرت من هيكل السياحة العالمية وجددت من اهتمامات السائحين ورغباتهم في الإقبال على الطبيعة والاستمتاع بعناصرها من مياه معدنية وكبريتية لمعالجة أمراض العصر عضوية كانت أم نفسية فقد عجل الإصابة بالأمراض العصبية والنفسية وأصبح من الضروري توفير أفضل الوسائل للحفاظ على صحة الإنسان وارتفاع معنوياته ، وبدأت الهيئات الدولية المعنية بالسياحة بالاهتمام بما يعرف بالسياحة العلاجية الطبيعية واستغلال الإمكانيات المتوفرة لبعض الدول في تحقيق ذلك ، وأصبحنا نسمع عن مدن متخصصة في المياه المعدنية ذات الشهرة الواسعة في العلاج مثل فيش في فرنسا وكار لو فيغار بتشيكوسلوفاكيا وابانو ومونتجرينو بايطاليا وبادن بألمانيا وبادن بيون بالنمسا ، وكلها تمثل مراكز علاج واستشفاء متكاملة تقدم العلاج لروادها على مدى العام وقد أنشئت جمعيات واتحادات متخصصة لمؤسسات العلاج بالمياه المعدنية .. كما أن هناك اتجاه جديد للعلاج الجاف حث يخضع جو بعض المدن لمواصفات محددة تعرف بالجو العلاجي وهو الذي يحقق التوازن الحراري لجسم الإنسان ويكسبه الشعور بالراحة نتيجة جفافه واستقراره وبعده عن التقلبات .

وتعتبر مصر من أغنى البيئات بمواردها من العناصر ذات القيم العلاجية التي تجتذب المرضى والناقهين من كافة دول العالم ، ورغم ذلك فانه لا توجد مشروعات متكاملة للسياحة العلاجية تستغل فيها البيئة الطبيعية في العلاج بالأسلوب المتعارف عليه في مصحات الاستشفاء العالمية ، وهذا في حد ذاته يشكل عقبة تجاه تنشيط السياحة العلاجية لمصر وتطويرها بما يتناسب والاتجاه العالمي الحديث ، فاغلب مشروعات السياحة العلاجية في مصر خدمات قليلة وجزئية يقوم بها أفراد وليست مشروعات متكاملة تكفي لقيام السياحة العلاجية في إطار من التخطيط العلمي .

وتتمثل الموارد الطبيعية للسياحة العلاجية في مصر في توافر الجو الدافئ

المعتدل ، المستقر في أماكن عديدة من ج . م . ع إلى جانب وجود العديد من عيون وينابيع المياه المعدنية ذات العناصر العلاجية المتميزة .

وتتواجد المناطق التي يتوفر بها المياه المعدنية والجو الدافئ شتاء في..

- شرق نهر النيل : حلوان – العين السخنة – الغردقة ، وفي مناطق أخرى.
- غرب نهر النيل : الفيوم والواحات ، وفي مناطق أخرى .
- جنوب الصعيد : أسوان .

وهناك العيون المعدنية الموجودة وسط سيناء ، شرق خليج السويس ، غرب خليج العقبة .

وتعتبر من أقدم مناطق العلاج في وادي النيل حيث يرجع تاريخها إلى عصر ما قبل الأسرات الأولى ويرجع اسمها إلى (هل ايون) أي مدينة الشمس وتمتاز بمناخها الدافئ وجوها الجاف الذي يلعب دورا هاما في علاج العديد من الأمراض حيث تبلغ درجة الرطوبة فيها ما بين ٤٩%-٥٦% بينما تتجاوز في أوروبا ٨٠% .

وتتوفر بها العيون الكبريتية والمعدنية الحارة حيث يوجد في حلوان ٧ عيون تحت الأرض واثنتان فوق الأرض تصب كلها في العين الرئيسية كما توجد عينان على مسافة ١٠٠ متر من العين الرئيسية وعلى مسافة كيلو مترين توجد عين معدنية للشرب .

وقد انشئ حول العيون الكبريتية والمعدنية بحلوان حمام عربي الطراز الحق به التجهيزات الطبية اللازمة لعلاج بعض الأمراض مثل الكلى ، الروماتيزم ، النقرس ، الجهاز التنفسي ، وكثير من الأمراض الجلدية وهي أهم الأمراض التي يتم علاجها في هذه المنطقة حيث تندفع عين حلوان الكبريتية ٨٠٠٠ متر مكعب من المياه في كل ساعة ودرجة حرارتها ثابتة على ٢٩ درجة مئوية ، وتبلغ نسبة الكبريت بها ٢٧ ميللجرام في كل لتر ومتوسط درجة حرارة الجو في حلوان ٢٠ درجة مئوية ، في أثناء الشتاء كما تبلغ متوسط درجة الرطوبة ٥٤% .

وقد أوضحت نتائج الدراسات المقارنة لعناصرها العلاجية مع مياه بعض المراكز الشهيرة في أوروبا وخاصة فرنسا وايطاليا أن مياه حلوان تطابق في مواصفاتها القيم العلاجية لمياه شاتيل ومياه فيشي الشهيرة بنشاطها وتتقارب أملاحها المعدنية مع نسبة سلفا الكالسيوم الموجودة في مياه بلدة كونوتسفيل ، كما تفوقت على مياه مونت كانيني في احتوائها على كلوريد الماغنسيوم ، وتساوت مع عيون فيشي الايطالية في نسبة احتوائها على كلوريد الصوديوم .

وتعتبر منطقة حلوان مدينة عريقة في الاستشفاء منذ قدماء المصريين وخلال عهد الرومان ثم العرب وقد ظلت منذ عهد محمد على باشا عام ١٨٢٠ وحتى عام ١٩٥٥ مشتى عالميا ومصحة شهيرة ، توفر القيم العلاجية الهوائية والمائية لوجود المركز العلاجي الطبي بالإضافة إلى الطبيعة الهادئة والحدائق الكبيرة ، ولكن حلوان فقدت في الخمسين سنة الأخيرة الكثير من أهميتها وشهرتها في المجال السياحي بعد أن تحولت إلى مدينة صناعية ضخمة للاسمنت فلم تعد تتمتع بالهواء النقي وفقدت الكثير من شهرتها كمدينة علاجية سياحية عالمية .

وكما فقدت مصر منطقة سياحة علاجية لها قيمتها ووزنها من أقدم العصور وهي منطقة حلوان ، فقدت الإسكندرية أيضا منطقة كانت واعدة للسياحة العلاجية – منطقة كينج مريوط من المناطق الجافة نظرا لوجود التلال الجيرية التي تمتص الرطوبة من الجو – وكان كثير من الأطباء وخاصة أطباء الصدر والحساسية ينصحون مرضاهم بالتوجه إلى هذه المنطقة للاستشفاء من الحساسية الصدرية ولذلك أنشئ هناك فندق كان يتردد عليه من يعاني من حساسية صدرية وللدرجة التي وصفتها منظمة الصحة العالمية أن منطقة كينج مريوط منطقة جافة لمدة اثنى عشر شهرا في السنة وكما حدث في حلوان حدث في كينج مريوط فانبعاث الغازات البترولية التي غزت المنطقة افقدتها الميزة أو المنحة الإلهية التي حبى الله بها هذه المنطقة وافسد الإنسان ما منحته الطبيعة له .

ولعل فيما حدث بالنسبة لعيون حلوان ومنطقة كينج مريوط يؤكد عمق العلاقة بين البيئة السياحية ووجوب حماية تلك البيئة والثروات السياحية من التدهور .

عين الصيرة ..

من المناطق العلاجية التي اشتهرت منذ قدم الزمان بعيون المياه المعدنية وحماماتها الطينية التي تستخدم في علاج الكثير من الأمراض وتستغل حمامات حلوان الكبريتية الطمي الموجودة في بركة عين الصيرة للحمامات الطينية العلاجية لاحتوائه على كربونات الكالسيوم – أكسيد الامونيوم – الحديد – الفلوريد – الفوسفات – الكبريت ، ومن خلالها يتم علاج الروماتيزم والأمراض الجلدية من خلال هذه العناصر بالإضافة إلى علاج مرض الصدفية الجلدية وترجع الفائدة العلاجية لمياه البحر ومزاياها الشافية والشمس الدافئة على مدار العام والى درجة الحرارة المناسبة .

لذلك يمكن استغلالها عن طريق عمل منتج علاجي طبيعي يضم ملاعب للاسكواش والجولف وكافيتيريا ومطاعم على مستوى عالمي ، كما يلزم وجود مركز طبي متخصص لعلاج مرض الصدفية وكذلك متخصصين في تقديم الغذاء الطبي مع ضرورة عمل حصر للمناطق التي ينتشر فيها مرض الصندفية على مستوى العالم ومعرفة أعمار المرضى ومستوى دخلهم ومستواهم التعليمي لعمل الدعاية المناسبة وتوفير احتياجاتهم من هذا المنتج ، كما يلزم توفير وسائل المواصلات المباشرة لهذا المنتج بغرض تحقيقه والراحة لهؤلاء المرضى مما يحقق دخل كبير لان معدل إنفاق السائح العلاجي الطبيعي يساوي ١٠ اضعاف إنفاق السائح العادي ، كذلك متوسط إقامة السائح العلاجي أكثر بكثير من متوسط إقامة السائح العادي حيث قد تصل إقامة السائح العلاجي في بعض الأحيان إلى سنة أو أكثر .

الفيوم .

بها بحيرة قارون التي تغطي مساحة ٢٣٠ كم مربع وتتميز باحتوائها على نسبة عالية من أملاح الكبريت التي يمكن استغلالها في العلاج الطبيعي .

ويزمع المستثمرون إنشاء قرية سياحية على الساحل الجنوبي بالمنطقة السادسة للبحيرة على مساحة ٢٦٠ فدانا تضم فندق سياحي به ١٥٠ غرفة / مركز

ترفيهي / منطقة شاليهات / مركز استشفاء / مركز للرياضات المائية / نادي للجولف وذلك باستثمارات قدرها ٩ ملايين جنيه بتعاون مصري سعودي .

الواحات..

توجد في الواحات البحرية ينابيع المياه الدافئة العذبة والكبريتية ، الباردة والساخنة والدافئة والتي تشفي حالات الروماتيزم والأمراض الجلدية ، ويمكن استغلال عيون تلك المياه الكبريتية الساخنة في إقامة بعض المنتجعات السياحية حولها للاستفادة من مياه تلك العيون العلاجية واستغلال للجمال الطبيعي للواحات مثل الروابي والوديان في إقامة أماكن الإيواء السياحية ذات الطابع الترفيهي .

واحة سيوة..

منطقة سيوة ذات قيمة علاجية كبيرة ، ورغم ذلك فانه لا توجد مشروعات متكاملة للسياحة بها ، ومن أهم المقومات السياحة العلاجية في سيوة (المياه المعدنية الساخنة ، والباردة ، والرمال) في منطقة جبل الدكرور والتي تساعد على الشفاء من أمراض (روماتيزم المفاصل ، وبعض الأمراض الأخرى) ويعمل القائمون على العلاج بهذه الوسيلة بحفر موضع في الرمال يبقى فيها المرضى حتى منتصف أجسامهم لمدة معينة .

إذاً فالطبيعة كانت ومازالت وستظل صاحبة الدور الأول في الجذب السياحي وخلاصة القول أن المناظر الطبيعية الجذابة من أهم منطلقات أو ركائز التنشيط السياحي – فمناظر الجبال الخلابة والمناظر الساحلية ومناطق البحيرات لها سحرها القوي كما أن الكثير من الوديان والأودية التي تتكاثر بها الأشجار والخضرة الجميلة والغابات ومساقط المياه والجبال والكهوف هي مصادر عظيمة للاستمتاع عند كثير من السياح وفي سواحل البحر الأحمر يتميز المسطح المائي بأنه يزخر بالشعاب المرجانية التي تحقق له الحماية والجمال وتنتشر الصخور بأشكالها وألوانها حيث يسعى إليها السياح المغرمين برياضات الغطس وتبدو مياه البحر الأحمر صالحة باستمرار وتضيف الأحياء المائية المتنوعة في الشكل وفي اللون جمالا إلى جمالها – وإذا أضفنا إلى ذلك تباين الأعماق فإن ذلك يشجع على

ممارسة الصيد للأسماك والغطس والتصوير تحت الماء والتجديف وسباق الزوارق واليخوت .

وخلاصة القول أيضا بالنسبة للطقس الجميل المتميز بدفئه وشمسه الساطعة أو الهواء لعليل في أيام القيظ والحر الشديد في بعض الأماكن فإن الشواطئ والبحيرات تضفي على الإجازات الترويحية بهجة ولذا فإن أعدادا كبيرة من الأوروبيين ومن الدول الاسكندنافية يستهويهم دول البحر المتوسط ولا يجذبهم شيء مثل ما يوعدون به من التمتع بشمس ساطعة على مدى أيام عديدة ودول مثل اسبانيا وايطاليا واليونان وأوروبا وولايات مثل كاليفورنيا وفلوريدا في الولايات المتحدة ومصر ولبنان والمغرب وتونس في الشرق الأوسط في استطاعة هذه الدول ضمان طقس جميل في الصيف والشتاء – ولذا صارت من المناطق السياحية الهامة وهناك مناطق المناخ الشتوي الجاذب مثل فلوريدا في الولايات المتحدة وجزر بهاما في جزر الهند الغربية – ومناطق أخرى كثيرة بسبب مناخها المنعش اللطيف وصارت مناطق لها إمكانياتها السياحية والسياح يجمعون على مدح جمالها وألوانها وأشكالها مثل سواحل البحر الأحمر وبعض مناطق سيناء الجنوبية وهي في الصيف كما في الشتاء أنها أماكن مثلى لقضاء الإجازات ولابد أن تكون هناك عوامل جذب إضافية لوفرة الشمس كأماكن الإيواء والخدمات والنقل والمطاعم .. الخ . وسيأتي الحديث عنها فيما بعد .

وإذاً فحديثنا السابق استهدف توضيح احد أهم الأركان أو الركائز أو المنطلقات لتنشيط السياحة للمكان سواء كان إقليم معين أو مدينة أو حتى منتجع ولكن وانطلاقا من ربط هذه الركائز بالنشاط السياحي يثور التساؤل كيف يمكن للقائمين على التنشيط الاستفادة من هذه الركائز التي قد توجد في أقاليمهم لدفع السياحة إليها.

وانطلاقا من ربط هذه الركائز بالتنشيط السياحي يجب أن يتم توصيف الطبيعة توصيفا دقيقا وأن يكون الإعلام عن الطبيعة أو حتى الإعلان عن المناخ وجمال الطبيعة إعلاما وإعلانا حقيقيا فهنا لا مجال للمبالغة أو التهويل .

وهنا يثور تساؤل كيف يمكن للقائمين على عملية التنشيط الاستفادة من هذه الركيزة الهامة – الإجابة في نظرنا أن هذه الركيزة أو هذا الركن الهام والمنطلق الأساسي معلوم للكافة ، فالكل يعلم أن الجو أو جمال الطبيعة متوافر في مناطق معينة وفي دول معينة ولكن جذب السياح إلى هذه الأماكن يستلزم فكرا غير تقليدي فعلى سبيل المثال تتمتع الإسكندرية بجو صيفي وربيعي رائع لوقوعها على شاطئ البحر المتوسط ومعروف أيضا أن فترة الشتاء في هذه المدينة الساحرة تتناوب عليها بعض النوات محددة الأيام ومعروفة التواريخ ولكن هذه النوات لا تمنع الشمس من السطوع ولا تقل درجات الحرارة في اوج موسم الشتاء عن اثنى عشر درجة مئوية مع سطوع الشمس في حين أن بعض الدول الأوروبية وخاصة الدول الاسكندنافية تصل درجات الحرارة إلى اقل من عشرون درجة مئوية تحت الصفر – وقد تقل عن ذلك – ومن هنا فقد كان هناك فكر غير تقليدي ينادي بان يتجه المسوقون السياحيون وأصحاب الفنادق إلى هذه الدول والتقدم بفكرة أن من يحضر إلى الإسكندرية ولا يشاهد سطوع الشمس في أي من أيام الشتاء بدءا من شهر أكتوبر وحتى نهاية شهر مارس فهو ضيف لا يدفع مقابل إقامته بالفندق فقط وان يكون تقدير سطوع الشمس من عدمه راجعا إلى الضيف نفسه – وأيضا فكرة حضور مواطنو هذه البلاد وخاصة كبار السن إلى الإسكندرية وأن يدفعوا في إقامتهم ما يوازي قيمة استهلاك الكهرباء وتكلفة التدفئة التي يدفعونها في بلادهم .

وقد تبنى احد الفنادق هذه الفكرة ولكن لعدم إمكانية الحصول على معلومات كافية عن قيمة استهلاك الكهرباء والتدفئة وعدم وصول المعلومات الكاملة أو التعاون مع الشركات السياحية بهذه البلاد أدى إلى عدم تطبيقها أي تطبيق هذه الأفكار غير التقليدية – والأمر متروك لتقديم الأفكار الرائدة ودراستها دراسة وافية وان تتبنى هيئة أو شركة أو مؤسسة سياحية هذه الأفكار وتعمل على تفعيلها وتنفيذها لاستغلال الطاقات الفندقية الخالية في بعض شهور الشتاء – وكذلك يمكن استغلال الفنادق والفيلات المشيدة على طول الساحل الشمالي بصورة جيدة واستغلال جمال الطبيعة وحسن المناخ الاستغلال الأمثل لتنشيط الحركة السياحية في فترات الشتاء .

وهذا ما نادينا به في منتصف الثمانينات آملين أن يؤخذ به وقد ورد في العامود اليومي خط احمر الذي يكتبه الصحفي الأستاذ سليمان جودة تحت عنوان بيعوا الشمس بجريدة المصري اليوم الصادرة في ٢٠٠٧/٤/٣ وجاء بالعامود :

سمعت من الدكتور عبد القادر حاتم ، وزير الثقافة والإعلام والسياحة ، في عهد عبد الناصر ، ونائب رئيس الوزراء في أيام السادات ، وتحديدا أثناء حرب أكتوبر ، ثم المشرف على المجالس القومية المتخصصة التابعة لرئاسة الجمهورية في عهد مبارك انه جلس يوما مع وزير الاقتصاد الألماني الشهير "إيرهارد" وسأله عن رؤيته لإصلاح أحوال مصر ، اقتصاديا ، فما كان من ايرهارد ، الذي يعتبره كثيرون عبقرية اقتصادية إلا أن رد دون تفكير وقال : بيعوا الشمس !!

ولم يفهم الدكتور حاتم حقيقة المعنى الذي أراده الاقتصادي الألماني أو ربما فهم المقصود وأراد المزيد من الإيضاح فعاد يسأله : كيف نبيعها ؟ وما العائد من وراء هذا البيع ؟

وكان ايرهارد جاهزا بالرد ، فقال : انتم بلد تشرق عليه شمس دافئة اغلب شهور السنة وهي شمس ليست موجودة في اغلب دول المنطقة ، ولا هي موجودة إطلاقا في أوروبا كلها التي يعاني عدد كبير من أبنائها من أمراض الروماتيزم والروماتويد وغيرهما بسبب البرد ويفتشون في أي مكان عن شمس للعلاج ومستعدون لدفع أي مبالغ نظير العثور على دفء من نوعية الدفء الذي تنشره شمس مصر في أرجائها ، واستطرد ايرهارد وهو يزيد فكرته وضوحا في عشاء الدكتور حاتم فقال : ومن شأن الذين يريدون علاجا لأمراضهم بشمس القاهرة أن يمكثوا فترة طويلة في مصر وشواطئها وأن يدفعوا أكثر كلما طالت الفترة لأنهم ليسوا سياحا عاديين وليسوا سياحا عابرين يتفرجون على الأهرام والأقصر وأسوان في يوم أو يومين ، ثم لا يعودون مرة أخرى لكن المهم في تقدير الخواجة ايرهارد أن تكون شواطئنا جاهزة لاستقبال وجذب هذا الصنف من السياح وأن تكون عقولنا قبل شواطئنا قادرة على تسويق شمسنا في العالم !

سأله الدكتور حاتم : كيف يمكن تسويق الشمس ؟

قال : من ناحيتي اعرف رئيس مجلس إدارة أكبر محال السوبر ماركت في ألمانيا وسوف أحاول إقناعه بمنح تذكرة مجانية إلى مصر لكل من يشتري من عنده بضاعة بمبلغ معين من المال أما من ناحيتكم فما يمكن فعله كثير من أول استغلال شواطئ مصر على البحرين الأبيض والأحمر ، مرورا بتشغيل رحلات الطيران الشارتر ، وانتهاء بنشر ثقافة السياحة بين الناس .

يقول الدكتور حاتم وهو يروي لي الحكاية انه اخذ الخواجة ايرهارد في زيارة إلى الغردقة وكانت وقتها لا تزال صحراء فاتهموه وقتها بالجنون ويروى أيضا انه دخل في معركة مع مصر للطيران بسبب إصراره على تسيير رحلات الشارتر على غير رغبة منها وان السياحة إذا كانت قد حققت لنا دخلا وصل إلى ٧,٦ مليار دولار في عام ٢٠٠٦ بزيادة مليار دولار عن ٢٠٠٥ حسب أرقام الوزير زهير جرانة ، فمن السهل أن نضرب هذا الرقم في أربعة أو خمسة أو حتى عشرة بشرط وحيد وسهل في الوقت نفسه هو أن نعرف كيف نبيع الشمس !

فهل تستطيع الدولة ولا أقول وزارة السياحة وحدها فالسياحة شأن قومي وليست شأنا لوزارة بعينها أن تشتغل على هذه الفكرة من الآن لحساب مائة عام قادمة ؟ وهل يجلس الذين يهمهم أمر السياحة في مصر مع الدكتور حاتم ليأخذوا منه أفكارا تتحول إلى أموال في الخزانة العامة ثم تعود على الناس ؟!

الركيزة الثانية : الوعي السياحي ..

ثاني ركائز أو منطلقات التنشيط السياحي – وقد يختلف معنا البعض بان هذه الركيزة تعد الركيزة الأولى ونحن لا نجادل في ذلك ولا في أهمية هذه الركيزة ولا في ضرورة توافر الوعي السياحي لكي تكون الأرض ممهدة لتفعيل رافد من أهم روافد مصادر الدخل القومي سواء كان ذلك في مصر أو في أي بلد آخر وإن كانت مصر احوج من غيرها من الدول لزيادة الوعي السياحي والذي نستطيع معه أن نقرر أن خلق جو مواتي وأكثر ترحابا لاستقبال السائحين سوف يحسن الصورة

السياحية بوجه عام والتي تؤدي بدورها إلى تفعيل عناصر النهضة السياحية الشاملة وقد عرف أساتذة العلوم السياحية الوعي السياحي بأنه توافر ذلك القدر من المعلومات والخبرات والمعارف التي تجعل الفرد يشارك مشاركة إيجابية في عملية التنمية السياحية والتي تجعله يستفيد من الآثار الايجابية للسياحة وتجنب الآثار السلبية لها حيث يعمل الوعي على إمداد الفرد بالمعلومات والخبرات والمهارات والمعارف ويحدد الواجبات الأخلاقية والسلوكية وينهي عن السلبيات والأخطاء الشائعة ، وهذا التعريف ينطوي على عناصر أساسية هي أولا الفرد وثانيا المشاركة وثالثا ذلك القدر اللازم من الخبرات والمعارف والسلوكيات .

١. الفرد هو العنصر الأساسي في الوعي السياحي سواء كان ذلك الفرد يعمل في القطاع السياحي أو في أي قطاع آخر مرتبط بالسياحة أو حتى المواطن الذي لا صلة له بالعمل السياحي وبذلك نستطيع أن نستخلص أن الوعي السياحي هو احد فروع الوعي الاجتماعي فالنشاط السياحي مرتبط بكل المواقع المحيطة بالإنسان وبالمكان وبالطبيعة وبالتالي بالمجتمع فتنمية الوعي الاجتماعي وهو المرتبط بسلوك أفراد المجتمع ينعكس بالإيجاب على الوعي السياحي المرتبط بالتنمية السياحية وبالتالي على الصورة السياحية لهذا المجتمع ونجاح أي دولة سياحيا لا يتوقف فقط على ما تملكه من مقومات سياحية أو تتميز به من تراث تاريخي ولكن يتوقف بالدرجة الأولى على سلوك أفراد المجتمع وعلى وجه الخصوص العاملون في المجال السياحي ذلك السلوك الذي يؤدي إلى رضاء السائح – هذا الرضاء الذي يأتي من تقديم أفضل الخدمات وإشباع الرغبات المشروعة في الاستمتاع بالمقومات السياحية – وعلى ذلك فإن الوعي السياحي ليس مسئولية العاملين في القطاع السياحي فقط لكن هي مسئولية أفراد المجتمع ككل بصفة عامة والعاملين في القطاع السياحي بصفة خاصة .

٢. المشاركة تعني أن السياحة ليس مسئولية جهة ما أو وزارة أو هيئة بعينها بل مسئولية كل أفراد المجتمع بصور مختلفة سواء كانوا مواطنين عاديين ولا اتصال لهم بالعمل السياحي أو عاملين في القطاع لتتضافر جهود الجميع

لتحقيق هدف واحد هو رفع المستوى فيما يتعلق بالوعي السياحي لخلق مجتمع جاذب للسياحة وليس طاردا لها . ويحدد أساتذة الاجتماع معنى المشاركة على أنها تطوع نابع من الرغبة دون انتظار العائد المجزي من مشروعات المجتمع التي تتفق أهدافها وقيمة المجتمع ومعاييره من خلال منظمات عامة أو تطوعية – ولو طبقنا مبدأ المشاركة هذا على ما نتحدث عنه من أهمية الوعي السياحي لتأكد لنا أن وعينا بأهمية السياحة يقترب كثيرا من حق تقرير مصيرنا السياحي فهل ننجح أن نكون دولة سياحية لها شأنها يوما من خلال الوعي السياحي ؟

٣. المهارات والخبرات والمعلومات والمعارف – ولا يقصد بكل ذلك تلك المكتسبة للعاملين في القطاع السياحي فقط ولكن أيضا يمكن أن تمتد هذه الخبرات والمعارف والمعلومات إلى المؤسسات التعليمية بكافة مراحلها ووسائل الإعلام المختلفة وكذا الأجهزة المرتبطة عملها بالسياحة – كالجوازات – المرور – الجمارك – المرشدون السياحيون والعاملون في مجال السلع السياحية والتذكاريات والعاملون في المواقع الأثرية والسياحية المختلفة .

وبالإضافة إلى تعريف الوعي الذي سبق ذكره فعلينا أن نؤكد أيضا أن الوعي حالة فكرية وأداء متميز لما تعنيه هذه الحالة الفكرية – والوعي الجيد هو الذي يؤدي بالإنسان إلى سلوك راقي متحضر في أي تعامل مع الآخرين سواء كانوا سياحا أو أي فئة يتم التعامل معها – فإذا كانت هذه الحالة الفكرية قائمة فالمطلوب هو ترسيخ عادات وتقاليد ومعتقدات جديدة تصل بنا أو بالمتعاملين إلى حالة أكثر رقيا في التعامل مع المعطيات الموجودة والقائمة بالمجتمع المطلوب رفع قيمة الوعي السياحي به – وهذا يجرنا إلى ما يسمى بالوعي الواعي وهذا التعبير ليس سجعا لغويا أو جناسا لفظيا أو حتى عنوانا جاذبا للأنظار أو أسلوبا لتوجيه الاهتمام بموضوع الوعي – ولكننا أردنا أن نوضح من هم المقصودون بان يكون لديهم هذا الوعي الواعي – أنهم هؤلاء الذين يقومون بعملية التوعية للآخرين فلابد لهم أن يكونوا واعين لما يفعلون وما يقدمون وما يقولون حتى يكون المتلقون مستعدون وعن اقتناع باتباع ما يلقى

عليهم وما يوجه لهم أو يقدم لهم من معلومات وأنماط وأساليب – وأن تكون تلك المعلومات وهذه الأساليب نتيجة أبحاث جادة وخبرة علمية وعملية وان يرسخ في الأذهان وخاصة اذهان من يقومون بعملية التوعية أن تغييرا ملموسا نحو الأفضل سيحدث .

في مؤلف اقتصاديات صناعة السياحة أوردت الدكتورة دلال عبد الهادي أن تقييم نتائج حركة النشاط السياحي خلال فترة معينة لابد وان يكون في ضوء إستراتيجية للتنمية السياحية – ونحن نستعير هذا الفكر لاستحداث إستراتيجية لنشر الوعي السياحي وإستراتيجية للتنشيط السياحي وذلك بالتوازي والتقابل مع الإستراتيجية التفصيلية لكل جانب من جوانب التنمية السياحية كاستراتيجيات التسويق السياحي والتسهيلات السياحية والتنظيم السياحي وأن تتلازم إستراتيجية الوعي السياحي مع إستراتيجية التدريب والتعليم وحماية البيئة إلى آخر المعطيات التي تؤدي إلى تحسين الصورة السياحية .

مراحل التوعية السياحية ..

المرحلة الأولى ....

مرحلة المسح الشامل أو الجرد الوافي للنشاط السياحي في كافة القطاعات بالدولة والاستعانة بالدراسات الاجتماعية والاقتصادية والتخطيط العمراني لوضع أولويات البدء في عمل مخطط ومنظم وتهتم هذه المرحلة بالبحوث والدراسات السابقة والتنمية وتخطيط المنتج السياحي وهذا ما دفعنا إلى القول سابقا بضرورة ربط التنشيط السياحي بالعلوم والدراسات الاجتماعية والاقتصادية والتاريخية .. الخ .

المرحلة الثانية ....

الاضطلاع بالدور التنسيقي لمختلف المجهودات والإمكانات المتواجدة بالقطاعات المختلفة لتعبئة الجهود المشتركة والموارد المتاحة مع تهيئة المناخ الملائم لبدء عملية الوعي السياحي الذي يجب أن يشمل كل القطاعات في آن واحد مع الأخذ في الاعتبار أساليب التقدم العلمي والتكنولوجي لتطوير اتجاهات الأخذ بالوعي السياحي وعدم الوقوف عند حد التقليد واستمرار القديم .

المرحلة الثالثة...

بدء التنفيذ الفعلي فبعد المسح الشامل والتنسيق بين مختلف القطاعات سيكون هناك رؤية متكاملة لخطوات التنفيذ وأن يتم متابعة وتقييم كل ما تم تنفيذه تقييما سليما لمعرفة ما إذا كان تنفيذ هذه الخطوات مبشر ليستمر العمل على هدى مـــا يتحقــق أو تعديل أو تغيير تفصيلات أو أساليب على ضوء ما يتم على ارض الواقع وهنا لابد أن نشير انه كان هناك مبادرة من الدولة بصدور قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٧١٤ لسنة ١٩٨٥ أي قبل عشرون عاما باعتبار مرفق السياحة من المرافق ذات الطبيعــة الخاصة وكان يمكن لهذه المبادرة أن تكون أساسا لبزوغ فجر الوعي السياحي الشامل – إلا أن الأمور تقلصت إلى بعض تيسيرات جمركية أو تخصيص أراض أو تشجيع الاستثمار في المجال السياحي ولم تقترب هذه المبادرة أو من هم منوط بهم تفعيلها من موضوع الوعي السياحي الذي مازلنا نؤكد انه ركيــزة أساســية للتنميــة الــسياحية والتنشيط السياحي – وباعتبار أن السياحة نشاط اجتماعي يقوم على الإنسان ومن اجل الإنسان ومهما تعاظمت التكنولوجيا الحديثة والاستعانة بالكمبيوترات إلا انه لا يمكــن الاستهانة بالعنصر البشري الذي يجب أن نوجه له الاهتمام الأكبر – وتفعيــل قــرار رئيس الوزراء في هذا الاتجاه لأن الوعي السياحي عملية متشعبة الجوانب والأبعــاد ويستهدف الوعي السياحي نقل المجتمع ككل من وضع إلى وضع أفــضل بالاعتمــاد على التعاون الفعال وتطوير كل صور التعاون بين الحكومة التي اتخذت مبــادرة أن السياحة مرفق ذي طبيعة خاصة – ولأن هذا القرار شديد الأهمية وكــان يــستهدف بالأساس أن تكون التنمية السياحية هي المردود الأول لصدور هذا القرار – إلا انه لم يرد في الأذهان المفهوم الحديث للتنمية كما حددته الأمم المتحدة عــام ١٩٥٦ حيــث نص على أن ((التنمية هي العملية التي يمكن بها توحيد الجهــود لكــل المــواطنين والحكومة لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات المحلية لمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة والمساهمة في تقدمها بأقصى ما يمكن)) ولن يأتي هذا إلا بالوعي والوعي القائم على التعاون الفعال بين الأجهزة التنفيذية والجهود المشتركة مع المجتمع المدني والجمعيات الأهلية واستثمار الطاقات البشرية قبــل الاســتثمار فــي النواحي الاقتصادية .

أسباب انخفاض الوعي السياحي

هناك أسباب عديدة لانخفاض الوعي السياحي أو نقص هذا الوعي أو عدم الاهتمام بتنمية هذا الوعي – وهذا النقص في الوعي السياحي له مظاهر تكاد تكون ظاهرة للعيان ولا تحتاج من المشاهد سواء كان محليا أو اجنبيا أي فطنة أو حتى تفكير ليعلم أن هذا المجتمع ينقصه الكثير وان هناك رتوشا كثيرة تحتاج إليها الصورة السياحية لكي تكون لها ملامح حضارية يمكن أن تكون جاذبة أو على الأقل ليست طاردة . واهم أسباب انخفاض الوعي السياحي كما يراها أساتذة السياحة وفي إيجاز ما يلي :

١. عدم الاهتمام الكافي من الأسر المصرية بتنمية الوعي السياحي لدى أفرادها كأن يتحدث الآباء إلى الأبناء عن السياحة والمناطق السياحية والأثرية والطبيعية ليزرعوا في الأبناء رغبة أو حب استطلاع للمشاهدة وللمعرفة الحقيقية لقيمة ما نملكه وتقديرا لما لدينا من تراث اثري وإمكانات سياحية – وهذا الدور المنوط بالآباء يجب أن يكون عمقه مقاربا لعمق التعليمات والتوجيهات الأسرية للأبناء فيما يتعلق بقواعد الدين والإيمان والأخلاق والثقافة ومختلف التوجيهات الطيبة التي تنمو مع الطفل أو صغار الشباب وتكبر معهم وتعتبر جزءا من سلوكهم في حياتهم المقبلة .

٢. وإذا كان هناك قصور اسري في تنمية الوعي السياحي لدى أبناء الأسرة فإن هناك قصورا بشأنها بل واكبر يتعلق بكل الأسر المصرية وهو قصور الأجهزة الإعلامية في التوعية السياحية فنرى أن هم كل البرامج السياحية المختلفة ووسائل الإعلام هو الحديث عن المقومات السياحية والأثرية وما نملكه والإشادة بما لدينا دونما الإشارة إلى أي توجيه للتوعية بما يجب التوعية له من ضرورة الحفاظ على هذه الآثار وتلك المواقع السياحية وأهمية المحافظة على نظافتها وعدم تلويثها .

٣. ضعف الولاء والانتماء للمجتمع وهذا الأمر يستلزم دراسة علمية نفسية وثقافية لتعميق الولاء وتنمية الانتماء لدى من لم يصلهم هذا المفهوم وأن توضع هذه

المشكلة قيد البحث الميداني ، للوصول إلى نتائج سوف تؤدي بالتأكيد إلى تعميق الولاء والانتماء الذي يؤدي بالضرورة إلى رفع الوعي .

٤. انخفاض مستوى المعيشة في بعض الأماكن التي يتردد عليها السياح مما يجعل المواطنون يشعرون بفجوة اقتصادية كبيرة بينهم وبين من يشاهدونهم من السياح وتزداد هذه الفجوة عمقا عندما يشاهدون ما يحملونهم من آلات حديثة للتصوير وما يرتدونه ووسائل الانتقال الفارهة التي يستقلها السياح خاصة في بعض المواقع الأثرية البعيدة عن المناطق العمرانية أو القريبة من المحافظات السياحية .

٥. ضعف الدور الذي تقوم به الأجهزة السياحية المختلفة لنشر الوعي السياحي سواء للمواطنين العاديين أو حتى المرتبط عملهم بالأنشطة السياحية وقد يكون هذا الضعف نتيجة قلة الموازنات المرصودة للقيام بهذا الدور وعدم الاهتمام في المؤسسات التعليمية بالثقافة السياحية العامة وتلك المتعمقة للدارسين في المعاهد السياحية التي انتشرت في الآونة الأخيرة انتشارا كبيرا .

٦. قصور المؤسسات السياحية وبعض الأجهزة في القيام بدورها في عقد ندوات ودورات تدريبية وتأهيلية للعاملين في المجال السياحي حتى لا يفقد العنصر البشري المؤثر في هذا المجال الخبرة والكفاءة والقدرة على الأداء المتميز الواعي بقيمة ما للسياحة من اثر في إثراء الحياة السياحية .

وأخيرا فإن الحديث عن الوعي السياحي باعتباره احد الركائز المهمة للتنشيط السياحي يستغرق صفحات وصفحات بل وكتب ومؤتمرات ومحاضرات ولعل أهمية الموضوع هي التي دعت كلية السياحة والفنادق بجامعة الإسكندرية أن تقيم مؤتمرها العلمي الخامس عن الوعي السياحي ودوره في تحسين الصورة السياحية لمصر على خريطة السياحة الدولية .. فالوعي السياحي ركيزة أساسية من ركائز النهوض بالسياحة سواء في مصر أو في أي دولة أخرى تعتنق فكرة أن السياحة هي الأسلوب الأمثل للنهضة الاقتصادية الشاملة والطريق الممهد للتنمية .

الركيزة الثالثة : الموروث الحضاري والتاريخي ..

الركيزة الثالثة من ركائز التنشيط السياحي وهي من أهم الركائز . ويقصد بالموروث الحضاري هو الآثار أما الموروث التاريخي فهو الأحداث التاريخية التي مرت ببلد من البلاد وارتباط الموروث الحضاري بالموروث التاريخي ارتباط لا تنفصم عراه فكلاهما تعبير عن عبق الماضي وروعته وعطاء هذا الموروث ما زال مستمرا منذ الماضي السحيق وحتى حاضرنا ومستقبل وقادم أيامنا والأجيال التالية وارتباط هذا الموروث بالتنشيط السياحي مرتبط بأن يقوم المسئولين عن التنشيط السياحي بتسليط الضوء على هذا الموروث فمصر كلها متحف مفتوح وتحتضن فوق أديمها وتحت ترابها وفي قاع بحارها وبحيراتها ثلث آثار العالم وفي قول آخر السدس وايا ما كان الرقم الثلث أو السدس فمصر أغنى دولة في العالم بما يوجد فيها من آثار وحضارة ونظرة إلى مؤلفات الأستاذ الدكتور عبد الحليم نور الدين عن آثار وحضارة مصر القديمة ومواقع الآثار اليونانية والرومانية وباقي المؤلفات التي تعدت العشرات والأبحاث التي تعدت المئات وكذا مؤلفات الدكتور أحمد البربري عن عواصم مصر القديمة وتاريخ مصر القديم ومواقعها الأثرية إلى باقي مؤلفات وأبحاث علماء مصر من الاثريين تدلنا على مدى الثراء الأثري لمصر وعلى الكنوز الهائلة التي تركها لنا الأجداد – فصورة مصر السياحية مرتبطة ولمئات السنين السابقة بهذه الآثار بدءا من الأهرام وأبو الهول إلى معابد الأقصر إلى الآثار اليونانية الرومانية ثم القبطية والعربية وكان السياح يحضرون إلى مصر لمشاهدة الآثار والتمتع بالجو الرائع شتاءا أو صيفا – ولكن ومع تطور الحياة تراجعت السياحة الثقافية والأثرية إلى ما يقارب ١٠% من أنواع السياحات المختلفة التي تعددت وكثرت في العقود الأخيرة وإن كان وما زال لهذه الآثار ذات الجرس الجميل في أسماع السياح خاصة الأجانب الذين يأتون إلى مصر في سياحات مستجدة كسياحة المؤتمرات أو السياحة العلاجية أو الرياضية أو أي نوع آخر – فإننا نؤكد أن ضمن برامج زياراتهم أو سياحتهم لابد وأن تشمل زيارة اثر أو معبد أو كنيسة أو جامع أو منطقة تاريخية مما تذخر به مصر .

إذا فالمحافظة على هذه الصورة المرئية للماضي متمثلة في الآثار والمناطق التاريخية تدعو المهتمين بالتنشيط السياحي والعاملون في مجاله إلى تعميق وترسيخ العلاقة بين الأفراد بل والمجتمع كله وإلى كل زائر للبلاد بهذا الموروث الحضاري .

والأمل أن يتولد لدينا ما يسمى بالوعي الأثري كمدخل للوعي السياحي وكضرورة أساسية للاهتمام بالآثار على المستوى القومي وهذا الاهتمام لابد وأن يبدأ من الصغر بين تلاميذ المدارس واعتماد منهج مبسط لتربية النشء وأجيال المستقبل لبعث الحس الحضاري والجمال المتعلق بالآثار وغرس حب الانتماء في نفوس الشباب وهم في مقتبل عمرهم وغرس المفاهيم التي توضح أن المصلحة القومية أعظم بدرجات كبيرة من المصلحة الشخصية وأن يتم ذلك بالتنسيق مع وزارة التربية والتعليم لإدخال مادة المفاهيم الأثرية والسياحية بمختلف أنماطها في المناهج التعليمية لمختلف الأعمار وذلك لخلق جيل جديد له الحس الأثري السياحي مع توعية هذه الأجيال المستقبلية بقيمة الآثار كما يجب مساهمة وزارة الإعلام في تفعيل دور وسائل الإعلام المختلفة في نشر الوعي الأثري – ومن أهم هذه المفاهيم حماية المناطق الأثرية من الاعتداءات التي تقع عليها بالبناء العشوائي بجوارها أو في طريق الوصول إليها . كما انه من الضروري أن تهتم وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار بالآثار الموجودة في مناطق عديدة بعيدة عن القاهرة والمتاحف الكبرى كمحافظات الشرقية والغربية والفيوم وبني سويف والمنيا وسوهاج وغيرها من المحافظات الموجود بها الكثير من الآثار التي يمكن أن يطلق عليها مغناطيسيات سياحية جاذبة التي كلما تضوعت منها رائحة التاريخ العتيقة الموغلة في القدم كلما أضفى عبقها على هذه المغناطيسيات السياحية الجاذبة سحرا يخلب الألباب ويثير في ذهن المشاهد أرقى المشاعر .

ونحن نعتبر أن الاهتمام بالآثار والوعي الأثري سواء من الطلاب أو حتى عامة الشعب من المسائل الواجب النظر إليها بعين الاعتبار أما ما هو أهم فيتعلق بالعاملين في المناطق الأثرية من أمناء المتاحف والعاملون بقطاع الآثار فهؤلاء

يجب أن يكونوا اشد الناس تمسكا بالوعي الأثري ومحاولة نقل هذا الوعي لكل زوار الأماكن الأثرية خاصة المصريين وذلك من خلال عقد مؤتمرات علمية مبسطة داخل قاعة من قاعات المتحف مزودة بأجهزة تليفزيونية أو وسائل علمية مرئية للمترددين من الجماهير التي ترغب في زيادة معلوماتها الثقافية والأثرية وكذلك الجمعيات الأهلية والزيارات المدرسية والجامعية والأسر المصرية التي تزور المتاحف والمناطق الأثرية وهذا الأمر يحدث في كل الدول المتقدمة .

ونذكر انه في أواخر التسعينات من القرن الماضي اعادت الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بالإسكندرية طباعة كتاب من أروع الكتب التاريخية والأثرية والذي ألفه عشرة من الأساتذة العلماء بجامعة الإسكندرية عن تاريخ وحضارة الإسكندرية عبر العصور وقد أرسل خطاب لمديرية التربية والتعليم عن رغبة الهيئة إهداء مكتبات المدارس بالإسكندرية ألف نسخة من هذا الكتاب لكي يكون تاريخ وحضارة الإسكندرية متاح للطلاب للاطلاع والتثقيف الأثري والتاريخي – وقد ردت المديرية على ذلك الأمر بأن هذا الكتاب ليس مدرجا في البيلوجرافيا للمكتبات المدرسية ؟!

ومن المقترح أن يدرج في خطط هيئات تنشيط السياحة دورات تدريبية للعاملين فيها وأن يكون ضمن مقررات هذه الدورات الكتب التاريخية والأثرية ذات العمق العلمي والتاريخي والموسوعي كموسوعة ((مصر القديمة)) للعلامة الأثري سليم حسن والتي صدرت في ستة عشر جزءا فالقارئ لهذه الكتب يستطيع من خلال ثناياها وسطورها أن يستخرج منها أفكارا وأنماطا كثيرة تساعد على تنشيط الحركة السياحية لمصر .

الركيزة الرابعة : البيئة ..

الاهتمام بالبيئة لم يصبح ترفا ومن يهمل البيئة فانه فقد احد مقومات حياته والحفاظ على البيئة أهم قيم التحضر الاجتماعي على الإطلاق لأن الإضرار بالبيئة لا يقتصر أثره على فرد أو مجموعة من الأفراد بل يضر المجتمع ككل والاعتداء على البيئة اعتداء على النظام الاجتماعي باعتبار أن الحفاظ على البيئة يمثل تراثا

هاما للإنسانية – وقد أصبحت مشكلة البيئة إحدى القضايا الهامة التي فرضت نفسها على الناس جميعا من مختلف الأجناس والطبقات والأديان وأفلحت في فرض نفسها بشكل قوي منذ بداية السبعينات من القرن الماضي خشية أن تقلب هذه المشكلة الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية السائدة الآن أو في المستقبل القريب أو المستقبل البعيد ولذلك شهدت مشكلة البيئة زيادة كبيرة في اهتمام العلماء والمخططين والسياسيين ورجال الاقتصاد وعلماء الاجتماع وعلماء البيئة البيولوجيين ، وقد انعكس هذا الاهتمام في ثلاثة أمور :

أولها : كثرة الكتابات لتنبيه كل البشر بالأخطار المحتدمة بالبيئة الطبيعية وطريقة الحفاظ عليها بتحقيق التوازن الايكولوجي لكل عناصر البيئة .

ثانيها : اهتمام المنظمات الدولية والعلمية يعقد مئات المؤتمرات والندوات التي تعالج فيها مشكلة البيئة التقدم الحضاري وأهمها مؤتمر أخطار البيئة الذي عقد في استكهولم عام ١٩٧٢ .

ثالثها : اهتمام الدول المتقدمة والنامية بإنشاء وزارات وهيئات وأجهزة لشئون البيئة بغرض وضع الخطط الهادفة لأحكام السيطرة على البيئة .

واتضح أن هذه الأمور الثلاثة تسعى لمعالجة شئون البيئة في نقاط محددة هي :

١. الاعتراف بموقف الإنسان المعادي للطبيعة وعدم إدراكه لمحدودية مصادر الثروة الطبيعية وزيادة استهلاكه لها نتيجة المشكلة السكانية .

٢. عدم وضوح الرؤية أمام غالبية البشر عن مدى الضرر الذي يلحق بالبيئة وسلبية رد الفعل والاهتمام .

٣. ضرورة معرفة الإنسان لمواطن الخلل في العلاقة بين الإنسان والبيئة وأن بداية العلاج تؤكد أهمية الناحية السلوكية من الإنسان المستفيد من البيئة والسبب الرئيسي في تلويثها ورغم إيمان الإنسان أن ارتقاء المجتمع وتقدمه يرتبط بالقدرة على السيطرة على الطبيعة وتطويع مواردها لخيره وإشباع احتياجاته ومتطلباته ومن الضروري أن ينظر الإنسان إلى انه احد العوامل

الأساسية للبيئة وعامل التغيير فيها – وهو موضوع التأثير والتأثر فيها والمطالب بالحفاظ عليها والمطالب أيضا بالنظرة التكاملية الشاملة والواقع أن هناك موقفين مختلفين يقفهما الإنسان من البيئة الطبيعية .

الأول : يتمثل في اهتمام فئة متميزة اجتماعيا واقتصاديا وهي فئة قليلة من الناس تتزايد في اهتمامها بالمحافظة على البيئة وما بها من جمال والرغبة في عدم إدخال أي تعديلات على مكونات الطبيعة لان أي تعديل يخل بالتوازن ويضر الطبيعة .

الفئة الثانية : هي الطبقة الفقيرة التي ترغب في رفع مستواها الاقتصادي والمعيشي والاجتماعي عن طريق التنمية واستغلال الموارد الطبيعية ولذا أخلت بجمال البيئة – والحقيقة أن اختلاف الموقفين يعكس مدى اختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي في المجتمع والمشكلة في حقيقتها تعكس الصراع الدائر بين الذين يملكون والذين لا يملكون .

ومن هنا يتعين على العالم إدراك هذه الحقائق والتسليم بما تتعرض له البيئة من أخطار وأن يتعين عليه العثور على حلول تقلل من الاخطار التي تهدد وجود الإنسان والحياة ، وهذه هي حقيقة معركة الصراع من أجل البيئة – وهي معركة علمية وتكنولوجية واجتماعية وسياسية تهدف إلى تنبيه الإنسان للوقوف في صف البيئة ضد الاخطار التي يمكن التغلب عليها . والواقع أن المشتغلين بالبيئة يرون أن الخطر الحقيقي للبيئة هو المشكلة السكانية وتزايد السكان في الدول النامية ، والمتخلفة وتزايد احتياجاتهم التكنولوجية الصناعية والسكانية وتوفير المساكن يرتبط بالإغارة على المناطق الزراعية والخلوية ويزداد الأمر سوء عند ضرورة توفير وسائل المواصلات والنقل وشق الطرق ، وما تجلبه هذه الوسائل للضجة والضوضاء والمخلفات والفضلات – ولا ننسى أن التحركات السكانية في السيارات أثناء العطلات له دخل كبير في تغير البيئة وإلحاق الضرر بها – فالسيارات تنقل البشر إلى حيث يشاءون وبالتالي ازداد تهجم الإنسان على جمال الطبيعة وتشويهها .

المشكلة التي تواجه علماء البيئة هي كيف يمكن التوفيق بين الرغبة في

المحافظة على البيئة الطبيعية من ناحية وتحقيق برامج التنمية الاقتصادية وتوفير الحاجات الضرورية للفقراء من ناحية أخرى ولا يزال المفكرون يحاولون الوصول إلى هاتين الناحيتين .

هذه المقدمة عن البيئة كانت لازمة للربط بين البيئة أو مشكلات البيئة والازدهار السياحي فهناك علاقة وطيدة بين البيئة والسياحة فهما كوجهي العملة كلاهما مرتبط بالآخر فالنشاط السياحي يتوقف على التكيف البيئي ونقاء البيئة ونظافتها يجذب السائحين لشعورهم بالأمان الصحي والتمتع بفترة بقائهم في بيئة آمنة خالية من أي ملوثات قد تسبب لهم أي ضرر والأنماط السياحية كلها ترتبط بالبيئة فنوعية البيئة ونوعية السياحة ونوعية السائح ومتطلباته تعتمد على بيئة المكان الذي سيرتاده كسائح فهو إما طالب علاج أو طالب معرفة أو طالب متعة معينة لقضاء إجازته أو زيارته للبلد الذي يقصده وعلى ذلك فإننا عندما نتحدث عن التنشيط السياحي كان لابد من التعرض للبيئة كأحد الركائز الهامة للعملية التنشيطية – ومعرفة كيفية التغلب على أي معوقات أو ملوثات للبيئة سواء كانت من صنع البشر أو أفراد المجتمع أو من العوامل الجوية .

وليس المقصود بالبيئة هنا هو المناخ فقط أو حالة الجو من حيث خلوه من الشوائب والملوثات ولكن التعرض للبيئة بكافة مفاهيمها كالبيئة الاجتماعية أي بيئة الأفراد والمجتمعات – والبيئة الجغرافية والبيئة الثقافية والبيئة التاريخية وغيرها ، هذا بجانب البيئة بمفهومها العريض – والتعريف البسيط لمعنى كلمة البيئة هي المحيط الحيوي الذي يشمل كل الكائنات الحية وما يحتويه من موارد وما يحيط به من هواء أو ماء أو تربة وما ينشأ على سطح الأرض من منشآت سواء مدنية أو عسكرية أو سياحية أو صناعية فكل منهم له دور يؤثر على البيئة وتلوث البيئة الناجم عما سبق ذكره من المنشآت .

ولأن السياحة صناعة بيضاء تعتبر مصدرا هاما للعملات الحرة مما يزيد الدخل القومي كما أنها تحل مشكلة البطالة لأنها تمتص عمالة كبيرة وترتبط بمجالات أخرى تغذيها بما تحتاجه – لذا كان من الضروري إصدار قوانين خاصة

بتشجيع السياحة وحمايتها ووضع خطط وتنظيمات وهيئات للوصول بها إلى أعلى درجات النمو فليست وزارة السياحة وحدها هي المسئولة لأنها لا تستطيع أن تعمل بمفردها لأن دورها سيركز أساسا على تحديد أشكال نشاط السياحة والدعاية والإعلان وفتح المكاتب الخارجية في بلدان العالم للجذب السياحي وأيضا الاشتراك في المؤتمرات والمنتديات والأسواق العالمية والمهرجانات السياحية والتسوق - لكن لابد أن يساعدها مجموعة من الوزارات الأخرى لا تقل أهمية في دورها عن دور وزارة السياحة فكا منها يعمل للخروج بالمنظومة السياحية إلى أعلى مستوياتها وضمان نجاحها وزيادة أعداد السائحين مما يزيد الدخل القومي - فهناك مثلا وزارة البيئة ووزارة الإسكان ووزارة الإعلام - والهيئة العامة للتنشيط السياحي والهيئات الإقليمية ووزارة النقل والمواصلات ووزارة الصناعة ووزارة الاتصالات - فإذا لم تتضافر جهود كل هذه الوزارات كل في مجاله سنفشل في زيادة النمو السياحي لان آلية العمل المنظم تنتهي بخطة ناجحة . والدولة هنا وكل الوزارات المعنية لها دور هام هو إصدار مجموعة من القوانين والتشريعات التي تحمي البيئة بكل صورها وتربي في السكان منذ الطفولة كيفية التعامل مع السائح - وخلق فكر جديد يعتمد على استغلال طبيعة مصر وجمالها وموقعها الجغرافي المميز والمناخ الرائع وما نملكه من شواطئ والصحاري المترامية والواحات الوافرة - وبعد حركة العمران والتقدم الصناعي وما تركته من آثار بيئية لابد أن يكون للدولة وقفة مع البيئة والتلوث وكيفية القضاء على أسبابه وعلاجه حفاظا على الموارد الطبيعية ، التي هي بالإضافة إلى الآثار والمقومات الأخرى مصدر الجذب السياحي - وعلى ذلك نستطيع أن نقرر أن البيئة هي لب أو جوهر المنتج السياحي ، كما أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على بقاء مغريات بيئة المقصد السياحي - فالسياحة لا تزدهر في ظل بيئة ملوثة بل أن البيئة الملوثة قد تؤدي في النهاية إلى انكماش الحركة السياحية .

وهنا لابد وان نؤكد على مفهوم عريض ورؤية واسعة النطاق وردت في اختصاصات الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة الصادرة بالقرار الجمهوري ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ وقد ورد في أول اختصاصاتها : دراسة المحافظة من الناحيتين

الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياحيا وتحسينها واجتذاب السياح وجعل إقامتهم فيها محببة وسهلة .

والمتمعن في هذا النص سيجد أن في مقدور الهيئات الإقليمية المساعدة في نظافة البيئة لتحسين الاستغلال السياحي فزيادة مساحة الخضرة وزرع الأشجار بل وطلاء المباني وتعبيد الطرق يمكن أن يكون من اختصاص هذه الهيئات لتحسين الجو العام ليكون الإقليم مواتيا للتدفق والاستغلال السياحي . ثم ماذا يقصد بجعل إقامة السياح محببة وسهلة ؟ أليس النقاء البيئي والطبيعة والجمال يجعل من إقامة السياح محببة – أليست دراسة المحافظات من الناحية الطبيعية مدخل لتحسين الطبيعة ، وحينما نلقي نظرة على الاختصاص الخامس للهيئات الإقليمية الوارد بلائحتها والذي ينص على دراسة وتحسين أو إنشاء المشاتي والمصايف وعيون المياه المعدنية وغيرها مما يساعد على تنشيط السياحة في المحافظة . وهناك اختصاصات أخرى تجعلنا نرفع القبعات احتراما وإجلالا لهؤلاء العباقرة الذين قاموا منذ خمسين عاما بوضع نصوص سهلة وبسيطة وعميقة لتسير عليها الهيئات الإقليمية في ممارستها لعملها – وهذه النصوص ستكون موضع حديث مستفيض في هذا المؤلف .

الركيزة الخامسة : النقل – الطرق – المرور ..

تعد الطرق ووسائل النقل المختلفة سواء كانت برية أو بحرية أو جوية وكذلك المرور داخل المدن أو بين المناطق السياحية المختلفة وبعضها – من ضمن أهم الركائز السياحية الهامة للتنشيط السياحي ، فالتطور في السياحة يرتبط ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات ولا تصبح المواقع أكثر جذبا للسائحين طالما لا تتوافر فيها إمكانية الوصول ، وقد بدأ هذا التطور في النقل بالسكك الحديدية وفي فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية أدت الزيادة المطردة في امتلاك السيارات إلى زيادة مماثلة في السياحة الداخلية في المجتمعات الأوروبية والمجتمعات في سائر البلدان بصفة عامة ، كما أدى التطور في النقل الجوي إلى خلق طفرة في السياحة الدولية ولم يكن التغير في حجم الحركة فقط بل في تعديل

أنماطها ، وقد استمر عصر السكك الحديدية لما يقرب من مائة عام ، وعلى الرغم من ظهور السفر بطريق السيارات الخاصة في مستهل القرن العشرين ، فانه لم يبدأ بصورة جدية في منافسة السفر بالسكك الحديدية حتى الثلاثينات من هذا القرن ، بعدها بدأ السفر بالسكك الحديدية يعاني من التدهور السريع ، كما أصبح غير اقتصادي على الرغم من التحسينات التى دخلت على السفر بالسكك الحديدية ، فإن هذا التدهور سوف يستمر في معظم الدول المتقدمة نتيجة لمنافسة المطردة من جانب السيارة والطائرة وفي مصر التي تعد من الدول الأولى في العالم في جانب مد خطوط السكك الحديدية كوسيلة للمواصلات ، فقد برز الدور الذي لعبته السكك الحديدية في خدمة حركة الاصطياف ، وكانت هناك ما يسمى قطارات البحر بين القاهرة والإسكندرية في موسم الصيف بأجور زهيدة ويرجع تاريخها إلى عام ١٩٣٣ . كما كان هناك نظام التذاكر المشتركة مع الفنادق الكبرى والمتوسطة لمدة ثلاثة أيام أو أكثر بأجور معتدلة ، كما كان هناك ذلك القطار المعروف بقطار النزهة أو قطار المفاجآت حيث كان القطار يسير إلى جهة لا يعلمها الراكب إلا بعد تحرك القطار وتكون الوجهة إلى مدينة ساحلية ويشترط أن يعود في نفس اليوم.

هذا عن القطارات والسيارات ودورهما في حركة السياحة والاستجمام إلا أن التطور في صناعة السيارة يستلزم شبكة طرق جديدة وجيدة والتي تنتشر بين أرجاء الدولة الواحدة وفي ثلاثينيات القرن الماضي كان الألمان روادا في تطوير طرق السيارات الخاصة وبالرغم من أن الدافع من وراء إنشائها كان عسكريا إلا انه يظل الفكر في انه لكي يتم فتح دولة ما أمام السياحة وتطوير وإنشاء المراكز والمواقع السياحية الجديدة فإن ذلك يعتمد على نظام جيد للطرق وعلى الأسس التي تجعلها في خدمة الأغراض السياحية وهذه الأسس هي :

١. وجود شبكة آمنة وواسعة وأنيقة من الطرق التي تربط بين المدن ومراكز الجذب السياحي .

٢. وجود شبكة طرق ثانوية تربط بين الطرق الرئيسية لكي تقدم معدلا واسعا

من حركة ولتغطي كل الأماكن المرتبطة بالسياحة .

٣. أن يشمل نظام الطرق كل أرجاء الدولة لكي يشجع السائح على الحركة ولكي تنتشر الفوائد الناجمة عن السياحة بشكل أوسع .

وهنا لابد وأن نعرض لمشكلة نقرأها بصفة تكاد تكون مستمرة في وسائل الإعلام والصحافة وهذه المشكلة هي حوادث السيارات والأتوبيسات السياحية والتي تزهق أرواح كثيرة في هذه الحوادث سواء كان الضحايا مصريون أو أجانب وفي حالة وجود ضحايا من الأجانب فإن رد الفعل السلبي للرحلات السياحية وحوادث الطرق السياحية يعتبر احد معوقات السياحة .

إذاً فعامل النقل هو احد الروافد الهامة ليس لقيام صناعة السياحة فقط بل هو احد الروافد الهامة للتنشيط السياحي ، ويمثل النقل وسيلة وصول المسافرين لمقاصدهم المختارة وأنه ليس من الصعوبة تحديد تأثير الطرق والتي من خلالها تمت عملية نمو السياحة حول العالم ووصلت إلى حد التنمية الشاملة للنقل السياحي.

وعلى ذلك فالنقل وارتباطه بالطرق والمرور والطائرات والسفن من أهم مرتكزات التنشيط السياحي ونجد مبتغانا في الحديث عن النقل في مؤلف د. دلال عبد الهادي ((دراسات في أساسيات السياحة)) حيث تورد أن عامل النقل يعد سببا من أسباب قيام صناعة السياحة ويعد عامل النقل سبباً من أسباب قيام صناعة السياحة وازدهارها ، إن إمكانية الوصول إلي مكان المقصد السياحي تمثل أهمية كبرى في العمل السياحي ، كما أن التطور السياحي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتطور في وسائل النقل لذلك يصبح عامل النقل من أهم العوامل التي تؤثر في الرغبة في السياحة وتتمثل أهميته في ٣ اتجاهات مختلفة وهي :

١. أن النقل يقدم وسائل السفر لأماكن المقصد السياحي من مكان إقامة السائح الأصلية ، والعودة مرة أخرى ، وهنا يكون استخدام وسائل النقل في بداية الرحلة ونهايتها فقط .

٢. النقل يوفر وسائل الانتقال حول أماكن المقصد السياحي وذلك يتمثل في مرحلة ما بعد وصول السائح للمقصد السياحي ورغبته في اكتشاف المكان من حوله ويتضمن هذا العنصر التنقل داخل أماكن المقصد السياحي سواء بالأتوبيسات فيما بين المزارات السياحية المختلفة كما أنها تضم وسائل النقل المستخدمة عن طريق المواطنين الذين يقيمون ويعملون في أماكن المقصد كما هو الحال بالنسبة للسائحين .

٣. النقل هو السمة الرئيسية والمميزة للرحلة السياحية وذلك من خلال نوع وسيلة النقل ذاتها فقد تكون هي الباعث علي القيام بهذه الرحلة السياحية .

ومثال علي ذلك الرحلات البحرية عن طريق البواخر العائمة ، فإن هذه الباخرة تكون هي السمة المميزة للرحلة السياحية ، كما تقدم الإقامة والطعام ووسائل التسلية والترفيه إلي جانب إنها وسلة النقل في هذه الرحلة ، وهنا يكون استخدام وسائل النقل في بداية ووسط ونهاية الرحلة السياحية وفيها يستمتع السائح باختيار وسيلة النقل الخاصة برحلته السياحية .

لذا فإن نمو قطاع النقل علي الصعيدين الخاص والعام له تأثير فعال في نمو واتجاهات التنمية السياحية من خلال توافر الأمان والراحة والسرعة ولذا فإن وسائل المواصلات العامة تعد أكثر إقناعاً إلي جانب رخصها نسبياً ومن ثم فهي الأكثر طلباً في أسواق السياحة ولذا فإن المنتجعات السياحية التي يمكن الوصول إليها بسهولة تعد هي نتاج عاملين أساسيين :

١. السعر : بقيمته الفعلية الكلية من خلال مقارنته بأسعار المنتجعات المنافسة .
٢. الوقت : من خلال تحديد الوقت الفعلي للرحلة من نقطة الانطلاق وحتى نقطة الوصول إلي المقصد السياحي .

أن النقل الجوي بصفة خاصة خلال الثلاثون عاماً الماضية قام بصنع نطاقات متوسطة وطويلة للمقاصد السياحية سهلة الوصول معتمداً علي هذين العاملين ولعمل هذا فقد تعاون مادياً وفعلياً مع ظاهرة أسواق السياحة العالمية

سواء بنتائجها أو عواقبها سواء الربح أو الخسارة (المزايا أو العيوب) من خلال استقبال الجماهير .

أما وسائل النقل العام فهو قطاع متكامل ومكمل لصناعة السياحة فهو يقدم أيضاً الخدمات المختلفة والتي لا تعتمد بشكل مباشر علي الطلب السياحي ، فالطرق ، وخطوط السكك الحديدية ، والخدمات الجوية تعد كلها مملوكة للحكومات بشكل مباشر إلي جانب عربات الشحن سواء كانت متصلة بعربات نقل الركاب كما أنها أيضاً تقدم مساهمة هامة وقاطعة في زيادة دخول الناقلين .

وأنه من الملاحظ أن كثير من الناقلين يقدمون خدمات تجارية أو اجتماعية والتي تتعلق بشكل مباشر بالطلب ، ومن ثم فإن الطرق والسكك الحديدية كمثال يقدمون خدمات ضرورية وهامة للعاملين المسافرين فيما بين أماكن إقامتهم وأماكن عملهم ، ووسائل النقل هذه (إلي جانب خطوط الطيران) تقدم خدمات اجتماعية واقتصادية هامة من خلال العمل علي توصيل الأماكن النائية البعيدة بالعواصم والمناطق الصناعية والتجارية بالإضافة إلي تأكيد عملية الاتصال الحيوي بين السكان ، أما عن مدي قيام الناقلين بتوفير وتقديم شبكة ناجحة ذات حدود اجتماعية تهدف إلي تحقيق الربح وحده فقد وضع حداً للمشاكل المستمرة بالنسبة للسياسة الحكومية في عملية النقل .

إن كافة وسائل النقل تحظي باهتمام عظيم ، فإن تكاليف البناء والحفاظ علي الخطوط الحديدية كما في حالة السكك الحديدية ، وأيضاً انتظام حركة تزويد الخطوط الجوية بالطائرات الجديدة والتي تكون متاحة فقط للشركات الكبيرة أو للقطاع العام ، وفي بعض الأحيان فإن النقل يوفر فرص عظيمة لاقتصاديات النطاق (economies of scale) وذلك من خلال العمل علي تخفيض الأسعار ، كما يوجد عناصر ثابتة الأسعار مثال ، في الخطوط الجوية والتي تعمل في مطار محدد سواء كانت هذه الأعداد موزعة علي عدد كبير من الرحلات فإن سعر المقعد الفردي في الرحلة الواحدة سوف يقل جداً .

شبكات النقل :

تحتل العديد من الطائرات ، والعربات ، والبـ ـ ـ ن التي تنقل السائحين سواء بالجو أو بالبر أو بالبحر مكانة هامة لذا فإن شبكات النقل تعد ذات أهمية كبيرة للنشاط السياحي .

أن شبكات النقل تتمثل في البر و البحر والجو والتي تمثل أشكال النقل السياحي المختلفة ، بالإضافة إلى محطات الأتوبيسات ومحطات السكك الحديدية والمطارات والتي يحتاجها المسافرون في بداية ونهاية رحلاتهم ، كما لا يوجد نطاق أو إقليم داخل أي بلد يمكنه أن يأمل في استقبال أعداد كبيرة من السائحين إذا لم تتوافر لديه شبكات ممتازة ، فالمطارات يجب أن تكون معدة بصورة جيدة من خلال التخطيط الجيد لها وذلك من خلال طول ممراتها لكي تسمح بهبوط وإقلاع آمن للطائرات كما أن مباني المطار ذاتها يجب أن تكون معدة لاستقبال السائحين والمسافرين سواء للحجز أو الانتظار لرحلاتهم وهم أكثر راحة .

ومراقئ السفن يجب أن تكون عميقة وواسعة لكي تستوعب الأعداد الهائلة من البواخر السياحية العائمة ، وقبل كل ذلك فإن الطرق سواء داخل أو حول المقصد السياحي يجب أن تكون معدة وجاهزة لاستقبال الأعداد الهائلة للمارين من السائحين كما يجب أن تكون واسعة وممهدة ، إلي جانب الطرق السريعة التي تسمح بنقل السائحين بسرعة من المطارات إلي أماكن إقامتهم سواء في الفنادق أو غيرها إلي جانب العمل علي توفير أماكن لانتظار السيارات عند الوصول كما يجب تنبيه وإعلام السائحين بهذه الأماكن وهذه الخدمات التي توفرها بلد المقصد السياحي والتي تعمل علي خدمة السائحين بهذه الأماكن وهذه الخدمات التي تعمل علي خدمة السائحين وتوفير سبل الراحة والأمان لهم .

وكما نعلم أن النقل البحري أو النقل الجوي لا يخضع لخطوط بحرية أو جوية محددة لذا يجب العمل علي اتساع التعليمات والإرشادات البحرية والجوية سواء للبواخر أو الطائرات وذلك للسير في مجالها البحري أو الجوي بحذر شديد وذلك لضمان عدم حدوث أي حوادث في هذه الطرق غير المترتبة ومن ثم نجد أن الطيران

الجوي عبر اوربا بصفة خاصة قد شهد تقدماً كبيراً وازدهاراً في الآونة الأخيرة حيث حقق أعلي نسبة أشغال وذلك لدواعي الأمن وما يوفره من راحة وأمان للـسائحين ، كما يحقق مطار (هيثرو) في بريطانيا أعلي نسبة أشغال في موسم الذروة في الفترة ما بين يوليو وأغسطس كل عام بمعدل إقلاع وهبوط كل دقيقتين يومياً .

ولذا فإن الطرق والسكك الحديدية والبحار والمجال الجوي تمثـل شـبكات النقل والتي تساعد علي تحديد أعداد السائحين التي تصل إلي دولة المقصد والتـي تسافر حولها ، كما أن الأتوبيسات ومحطات السكك الحديدية والمواني والمطـارات التي يستخدمها المسافرين في بداية ونهاية رحلاتهم تعد معروفة باسم " Treminal " والتي تعني نهاية الطريق وهي مأخوذة من الكلمة اللاتينية " النهاية " ومن ثم فإن الظروف والتسهيلات في هذه الرحلة لدولة المقصد السياحي تعد ذات أهمية لتحديد أعداد السائحين والتي تعبر هذه المناطق ، ومن ثم يظهر الاهتمام بتـوفير وتـدعيم شبكات النقل سواء الجوي أو البري أو البحري والتي تؤدي بالتالي إلـي انتعـاش الحركة السياحية وعلي وجه الخصوص في مصر.

وختاما لهذه الركيزة الهامة من ركائز التنشيط السياحي نوجزهـا فـي أن النقل يعد عامل رئيسي في أسباب قيام صناعة السياحة وازدهارها ونتيجة لها فـي نفس الوقت – فبواسطة الطريق يتم توفير متطلبات أنشطة الـسياحة فـي المكـان المقصود بالطريق الذي يتم ربط المزارات السياحية بأسـواق الطلـب الـسياحي ، والنقل بخصائصه وطبيعة وسائله وحجم الحركة ، ويعد أساسا هاما من أسس قيـام صناعة السياحة – والثابت تاريخيا أن ازدهار صناعة الـسياحة فـي أقـاليم ودول العالم المختلفة ارتبط طرديا بتقدم طرق ووسائل النقـل ، وتعـد وسـائل النقـل المستغلة في السياحة والترويح ، ويتباين المختار منها من قبل السياح تبعا لعوامـل الإمكانات المادية للسائح وطول الرحلة السياحية وعدد الأفواج ، وتشكل الـسيارات أهم وسائل النقل فوق اليابسة ، وأكثرها شيوعا واستخداما واقدرها علـى المرونـة وحرية الحركة ، وخاصة إذا توافرت شبكة أو شبكات جيدة من الطرق المرصوفة وتستخدم السيارات على نطاق واسع في أغراض السياحة في معظـم دول العـالم

التي تنتشر فيها الشركات المالكة لهذه النوعية ويتم تشغيلها إما على خطوط منتظمة أو بالايجار من اجل جولة سياحية خاصة ، ويرى البعض أن ارتفاع شأن السيارة في حركة السياحة هو ما يتمثل في القيادة الشخصية للعربات الخاصة المؤجرة فالتسهيلات في عملية الاستئجار والقيادة ساعدت على زيادة شعبيتها بالنسبة للسياح . أما السكك الحديدية فتلعب دورا هاما في مجال السياحة داخل دول أوروبا ، حيث تتميز بأنها مريحة بها كافة الخدمات الأساسية ومع بداية القرن العشرين استخدمت الدول وسائل النقل البحري في أغراض السياحة العابرة للمحيطات إلى البحر المتوسط ، ومنذ عصر الستينات استقطبت الطائرات السياح كوسيلة سريعة للمزارات والمنتجعات السياحية ، وساهم في ذلك الاتفاقيات السياحية والتوسع في سياحة الحوافز والأفواج والجماعات لتقليل التكلفة .

الموانى والمطارات

قلب الإنسان طبقا للعلوم الطبية به مجموعة من الشرايين الرئيسية وأخرى فرعية وهذه الشرايين هي التي تغذي القلب نفسه وسائر جسم الإنسان ، فإذا اعتبرنا السياحة الآن هي قلب الاقتصاد والنمو والدخل القومي فطبقا لتقارير منظمة السياحة العالمية انه خلال الأعوام من ١٩٤٦ وحتى الآن حققت السياحة العالمية نموا مستمرا وتنوعا شديدا في اعمالها لتصبح احد أسرع القطاعات الاقتصادية نموا في العالم ، وترتبط السياحة الحديثة عن قرب مع عمليات التنمية في العالم خاصة النامي الأمر الذي جعل منها أي السياحة قوة دافعة أساسية لتحقيق التقدم في العالم ويشير الخبراء إلى أن حجم الأعمال السياحية حاليا يساوي وربما يتجاوز صادرات البترول وكذلك المنتجات الغذائية وصناعة السيارات ، كما يؤكد الخبراء أن السياحة أصبحت احد اللاعبين الكبار في التجارة العالمية ، كما تمثل في نفس الوقت احد مصادر الدخل الأساسية للعديد من الدول النامية ، فإذا كانت السياحة لها هذا الدور الهام والحيوي فهي مثل القلب من جسم الإنسان وإذا كان القلب له شرايين رئيسية وأخرى فرعية فإن السياحة لها شريانين أساسيين بالإضافة إلى الشرايين الفرعية والشريانين الرئيسيين للسياحة هما :

أولا : الموانئ

تشكل الموانئ أهمية بالغة للدول البحرية لما تحققه من اقتصاديات تحفز حركة تجارتها البحرية واستقبالها للسفن السياحية وأضحى الاهتمام بالموانئ كبيرا تحرص الدول على تنميتها وازدهارها لما تحققه من عوائد تؤثر على اقتصادياتها ، وبالنسبة لمصر فإن الأجهزة المعنية سواء وزارة النقل أو كل القطاعات العاملة في حقل النقل البحري تسعى أن يكون للموانئ المصرية الريادة والصدارة في منطقة شرق البحر المتوسط وذلك بما يعود عليها من ادائها وخدماتها من مردود اقتصادي على المستوى القومي ، وهناك تصنيف للموانئ فهناك الموانئ التجارية – وموانئ التعدين – وموانئ البترول – وموانئ الصيد وأخيرا موانئ السياحة ، والموانئ التجارية في مصر هي الإسكندرية – الدخيلة – دمياط – بور سعيد – السويس – سفاجا – نويبع – أبو قير – السلوم – مرسى مطروح – الطور .

أما الموانئ التعدينية فهي أبو زنيمة – القصير – سفاجا – الحمراوين – أبو غصون ، برنيس – رأس ملعب . أما موانئ البترول فهي رأس غارب – الغردقة – وادي فيران – رأس شعير – رأس سدر – الميناء البحرية بمنطقة المعدية – مينا العلمين – مرسى السادات ورأس هديب – خط أنابيب البترول بالسويس – الإسكندرية سوميد . أما موانئ الصيد فهي الانفوشي بالإسكندرية – بوغاز المعدية – عزبة البرج بدمياط – رشيد – البردويل – البرلس – بور سعيد – العريش – عتاقة – الطور – شرم الشيخ – الغردقة – نويبع – مطروح .

أما الموانئ السياحية فهي مرسى مطروح – الإسكندرية – المنتزه – شرم الشيخ – الغردقة – بور سعيد . وما يهمنا هنا هو الموانئ التجارية التي تستقبل السفن السياحية وموانئ الصيد والموانئ السياحية ، واهم الموانئ قاطبة في مصر هو ميناء الإسكندرية فهو بعيدا عن كونه الميناء الرئيسي إلا انه يتميز بأنه ميناء تاريخي فهو يرجع إلى عهد الفراعنة حوالي ١٩٠٠ ق.م وأنشأ غرب جزيرة فاروس وكان هناك ميناء صيد يسمى راقودة وهو ميناء للصيادين الذين كانوا يقيمون بهذه المنطقة قبل أن يعهد الإسكندر الأكبر سنة ٣٣٢ لمهندسه دينوقراطيس

تشييدها بوصل جزيرة فاروس بالشاطئ ثم بناء مدينة الإسكندرية ، وفي أوائل القرن التاسع عشر كانت الميناء مضمحلة تماما إلى أن جاء محمد على ١٨٠٥-١٨٤٠ فأنشأ عدة أعمال صناعية وبحرية وأهمها دار الصناعة أو ترسانة الإسكندرية وكان لحفر ترعة المحمودية عام ١٨١٩ شأن كبير في ازدهار الملاحة وتسهيل نقل التجارة ما بين الميناء والداخل وقد بنى فنار رأس التين بارتفاع ٤٩ متر وانتهى تنفيذه عام ١٨٤٩م وفي عام ١٨٥٢ بعد إنشاء خط سكة حديد بين القاهرة والإسكندرية لربط الميناء بالعاصمة – حق لميناء الإسكندرية خلال تلك الحقبة من الزمان أن يفخر على مدن الشرق لاستخدام المواصلات الحديدية قبلها جميعا .

وأخيرا وفي ٢٠٠٧/٤/١٣ افتتح رئيس الجمهورية السيد / محمد حسني مبارك المرحلة الأولى لمشروع تطوير وتحديث ميناء الإسكندرية الذي يعد أهم موانى مصر وأكثرها قدرة على جذب التجارة البحرية الدولية والتنمية السياحية بجملة استثمارات بلغت ٧٥٠ مليون جنيه وتوفر ستة آلاف فرصة عمل في حين تبلغ عوائده السنوية نحو نصف مليار جنيه – وتفقد الرئيس محطة الركاب السياحية التي استقبلت في اليوم السابق إحدى البواخر السياحية وتحمل ٣٦٠٠ راكب وزار محطة القطار السياحي التي تربط الميناء بالمواقع السياحية – وقال وزير النقل أن هناك مرحلتين للتطوير ستبدأ على الفور وهذه المرحلة الثانية تشمل تشغيل المنطقة السياحية وبناء المارينا الجديدة ومناطق الفنادق واليخوت وربط الميناء بالظهير السياحي للإسكندرية وقد ورد في الاعلام عن هذه المرحلة من التطوير أن ٦٠% من حجم تجارة مصر تتم عن طريق ميناء الإسكندرية وتصل العائدات السنوية للميناء إلى نصف مليار جنيه سنويا ويصل حجم الجمارك وضرائب المبيعات المستقطعة في ميناء الإسكندرية إلى ١٠,٥ مليار جنيه سنويا وعدد السفن المترددة على الميناء في عام ٢٠٠٦ بلغ ٥٠٠٠ سفينة ويبلغ عدد السياح الذين وصلوا عن طريق الميناء في نفس العام نحو ١٥٤ ألف سائح وسيتكلف مشروع مارينا اليخوت والمنطقة التجارية والفنادق نحو ٢,٦ مليار جنيه وستوفر ٦٠٠٠ فرصة عمل .

ومن المعلومات السابقة يتضح أن الميناء أو الموانئ بصفة عامة شريان رئيسي من شرايين السياحة وانه أحد المرتكزات أو المنطلقات للتنشيط السياحي .

ثانيا : المطارات.

الشريان الرئيسي والاهم الآن بالنسبة للسياحة هو المطارات – فالطيران قرب المسافات ووفر الأوقات ففي حين كانت الرحلة من بلد إلى بلد آخر قبل اختراع الطائرات تستغرق اسابيعا وأحيانا شهورا وخاصة في رحلة الحج إلى مكة المكرمة والمدينة المنورة – فلم يكن عنصر الوقت يدخل في تقدير المسافر فلم يكن للوقت أي اعتبار أو وزن – وكان المسافر عندما يرتب للرحلة يجب أن يفكر في كل شيء في الطعام والملبس والسلاح والدواب ورفقاء الطريق بل كان يودع أهله حيث كان اللقاء بعد الرحلة شبه مستحيل – ومع تعاقب العصور ودخول مخترعات كانت في ذلك الوقت شيئا رائعا كالقطارات ثم السيارات والسفن التجارية ثم انتهاء بالطائرات وتلك الأسرع من الصوت – تغير الوضع فبعد رحلات الأيام والاسابيع والشهور وجدنا رحلات الساعات القليلة ما بين دولة وأخرى وأحيانا ما بين قارة وأخرى – ولذلك فإن مقولة بان المستقبل لا يمكن أن يكون هو نفسه الماضي فهذه حقيقة فنحن لا نعرف ما الذي يكمن في المستقبل ولكن يمكن تخيل توقعات على أساس التقييم العلمي للبديهيات وعلى أساس التطور التكنولوجي المذهل في كل مناحي الحياة وخاصة الاتصالات أو المواصلات ولعل الأقرب إلى التخيل الآن هو إمكانية استغلال الصواريخ بعد تطويرها لتصبح وسائل نقل ولأن صناعة النقل الجوي تتكون من عدة عناصر هي شركات تصنيع الطائرات – وخطوط الطيران الجوية وسلطة المطارات ووحدات أو إدارات مراقبة القوانين وخدمات المرور الجوي ووكالات السفر ومنظمي الرحلات والمسافرين والعملاء – لكن ما يهمنا في هذا المجال هو الطيران أو المطارات على وجه الخصوص ويذكر في هذا الخصوص أن إنشاء ميناء جوي أو مطار جديد يستغرق ما بين خمس إلى عشر سنوات بما في ذلك التصميم وإعداد الأرض وأعمال المباني والأمور الفنية ، وإنشاء المطار يستلزم مساحة جغرافية شاسعة وعدد كبير من السكان ورغبة في

السفر ومجتمع على درجة معتدلة من الثراء – وتوفير خدمات لمستخدمي المطار من السياح القادمين أو المواطنين المغادرين وما يعنينا هو حال مطارات مصر واهم مطاراتها مطار القاهرة الدولي وهو عبارة عن المطار رقم (١) والمطار رقم (٢) وجاري تنفيذ المطار رقم (٣) وهذا يوضح بصورة كبيرة أن المطار القديم لم يعد كافيا لاستيعاب حركة الطائرات القادمة والمغادرة حيث يعمل في مصر ٤٣ شركة طيران أجنبية بخلاف الشركات المصرية وأهمها على الإطلاق مصر للطيران . وهناك مطارات أخرى كمطار الأقصر – مطار أسوان – مطار الغردقة – مطار شرم الشيخ – مطار النزهة ومطار برج العرب وبعض المطارات الصغيرة والتي يمكن أن يقال أنها لا تسهم في الحركة السياحية لمصر بقدر وافي ، وعلى سبيل المثال فإن المطار المفترض أن يكون الثاني بعد مطار القاهرة وهو مطار النزهة بالإسكندرية فبالرغم من أنها العاصمة الثانية فإن مطارها كان من الصغر وضعف حركة الركاب حتى بداية التسعينات من القرن الماضي للدرجة التي كانت تشكل عائقا أمام وصول رحلات سياحية للمدينة ولذلك تم التفكير في تطوير مطار برج العرب غرب المدينة لمواجهة تزايد معدلات النمو في نقل الركاب والبضائع وتطوير هذا المطار الذي كان مطارا عسكريا واستخدام لفترة كمطار مدني بعد تطويره إلا أن ذلك بشكل لا يواكب حجم الحركة لمدينة كبيرة كمدينة الإسكندرية ولا يكاد يكفي لأكثر من ١٠٠ راكب ساعة وازدحام واختناقات وتعثر تسليم الأمتعة وقد كان لهيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية رؤية في تطوير مطار برج العرب ناقشتها بالاشتراك مع الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي في جانب ومع الجانب الياباني المسند له عملية تطوير المطار الذي من المتوقع أن يفتتح بعد تطويره شاملا في عام ٢٠٠٩ وكان الرأي دون أن يكون للجانب المصري خبرة فنية بالمطارات وإنشائها وهي خبرة لا تتوافر إلا للمتخصصين وإنما هي نظرة سياحية تتفق مع متطلبات السياحة بالإسكندرية وكانت وجهة النظر المقدمة أن يتم تطوير المبنى القديم ليكون مخصصا فقط لسفر ووصول الرحلات الداخلية ورفع كفاءة ما هو موجود حاليا وإيجاد حلول لمواجهة الزحام في صالة الركاب وسيور التحميل بإعادة تنظيم استخدامها وعمل توسعات سريعة في كل

منها – مي وضع حلول لزيادة الطاقة الاستيعابية للصالة لتتمشى مع الزيادة المتوقعة والمستقبلية في الحركة الجوية للركاب ولابد من إقامة مبنى جديد بمواصفات المطارات العالمية ويكون هذا المبنى مخصص لسفر ووصول الرحلات الدولية ولابد أن يختلف تصميم المطار عن المطارات الأخرى بإضافة لمحات من فن المعمار السكندري الأنيق بلمحاته الناعمة وخطوطه الانسيابية بحيث يجمع بين الفن والتقنية العالية وخاصة في البهو الرئيسي والذي يجب أن يتمتع بالإضاءة الطبيعية وان تسود الخضرة وللتوقعات المستقبلية يجب أن يكون مبنى المطار مكون من ثلاث طوابق أو طابقين علويين وآخر سفلي تحت مستوى الأرض مع تخصيص أماكن للمطاعم وصالات المستقبلين والأسواق التجارية مع الاهتمام بكاونترات إنهاء السفر وصالات المغادرة والأسواق الحرة ومكاتب شركات الطيران ومكاتب الجوازات والجمارك وباقي السلطات العاملة في المطارات والبنوك مع التنبيه إلى التسهيلات التي تقدم في المطارات من وسائل انتقال ومناولة الأمتعة – أما أنظمة الملاحة والاتصالات فهي العامل الأساسي لتنفيذ عمليات آمنة وأداء جيد وتنفيذ للتعليمات الصادرة من المنظمة الدولية للطيران المدني واستخدام الأنظمة ذات التقنيات العالية المرتبطة بالأقمار الصناعية وذلك سيقلل من نسبة الإلغاء لعمليات الإقلاع والهبوط ، ولابد من وجود ملحقات لمبنى الركاب ومنها صالة كبار الزوار ، ومسجد المطار وأماكن للعبادة ومركز إطفاء الحرائق ومحطة توليد الكهرباء ومركز صيانة ومخازن ومركز الخدمات المساندة وحجرات الأطفال ومتحدي الإعاقة ومركز شرطة الحراسة ومواقف انتظار السيارات .

أن تطوير مطار يعني أن هناك امتداد عمراني سيضاف إلى المدينة يزيد بها الرقعة العمرانية لذا يجب أن توقف جميع تراخيص البناء إلا بالشروط التي توضع مستوحية الوضع الجديد في المنطقة وعمل خريطة مساحية لجميع الأراضي التي تملكها الدولة في تلك المنطقة وعرض هذا الأمر على لجنة على أعلى مستوى يتحقق فيها التكامل للمتخصصين في التخطيط العمراني والسياحي للاستفادة القصوى من المشاريع التي ستتم مع إزالة جميع الاشغالات العشوائية ويمكن تخصيص منطقة مناسبة على الساحل الشمالي القريب من المطار ويخطط بطريقة

ناجحة تعادل التجربة الناجحة الموجودة حاليا في شرم الشيخ في خليج نعمة أو خليج نبق وهي مثل يحتذى به في التخطيط السياحي والعمراني والفكر المصري صاحب الذوق الرفيع بحيث يخصص هذه المنطقة كمركز للجذب السياحي العالمي للساحل الشمالي الذي يتمتع بمياه لازوردية لا مثيل لها في العالم حيث أن المسافة من المطار حتى الساحل الشمالي الذي لا يبعد كثيرا عن المطار الجديد تعتبر قريبة نسبيا – كما يجب أن يكون الطريق للمطار من بداية الطريق الصحراوي واسع مع تخطيطه وتخضيره جيدا بإضافة مساحات خضراء وأشجار زينة ومزود بمحطات بنزين وخدمات وسوبر ماركت ومركز إسعاف وتليفونات كروت العملة ولوحات إرشادية على طول الطريق باللغات العربية والانجليزية والفرنسية – وعموما فإن هذا الفكر نأمل أن يشعر المسافر من المطار الجديد انه في أحضان عبق التاريخ ومتمتعا بإمكانيات العصر من تسهيلات وتكنولوجيا وتمدين .

ولعل العرض السابق ينبع من مشاهداتنا في المطارات العالمية التي كان لنا حظ زيارتها وكانت الرؤية السابقة نابعة من حلم يراود كل محب لبلده في أن تكون في مصاف أرقى الدول والتي لم تصل في عراقتها أو حضارتها القديمة إلى ما وصلت إليه مصر .

ولختام هذا الجزء لابد أن نعرض لوضع المطارات في أوروبا سوق الطيران العالمي والتي تخدم المدن الكبيرة والتي تجذب آلاف بل ملايين الركاب فعلى سبيل المثال مطار امستردام احد المطارات العالمية كان أول استخدام له في ١٩٢٠ وكانت سعته ١٥,٧ مليون مسافر ، ٥٨٠ ألف طن بضائع وقد وصل استيعاب المطار في عام ٢٠٠٣ إلى ٣٠ مليون راكب وسيتم إعداد خطة للتطوير ليصل عدد الركاب إلى ٥٠ مليون راكب في عام ١٠١٥.

أما مطار فرانكفورت التي استخدم للمرة الأولى عام ١٩٢٤ وتعامل مع ٣٠ مليون راكب ، ١,٢ مليون طن بضائع سنة ١٩٩٠ ووصل الركاب بما يزيد عن ٤٠ مليون راكب عام ٢٠٠٠.

وهناك تطوير سيتم بحلول عام ٢٠١٠ ، أما مطار هيثرو فهو أهم أربع

مطارات تخدم لندن . أما باريس فيخدمها مطارين رئيسيين همـا شـارل ديجـول ومطار اورلي ويقال أن سعة مطار شارل ديجول تتعامل ما بين ٨٠-١٠٠ مليـون مسافر سنويا . ومطار زيورخ ١٢,٨ مليون مسافر عام ١٩٩٠.

كان ذلك عرضا سريعا لبعض المطارات في أوروبا لنوضح أن المطارات هي شريان رئيسي من شرايين حركة السياحة .

الركيزة السادسة : الرياضة ..

الرياضة مرتكز هام من مرتكزات التنشيط السياحي في الوقت الحـالي . فالسياحة الرياضية يمكن لها أن تسهم مباشرة في إنعاش السوق السياحي المـصري حيث لم تجن مصر فيها بعد ثمرة حقيقية تمثل إفادتها من التـسويق المثمـر لهـذه الصناعة على العكس من كثير من دول العالم التي حققت إفادة ذات مردود عـالي من العائدات لهذه الصناعة – وقد أكدت وزارة السياحة عام ١٩٨٦ على انه يجـب علينا استغلال الإمكانات الطبيعية المتاحة في مجال السياحة الرياضـية حيـث أن انتعاش حركة الرياضة العالمية وتعدد اللقاءات على المستويات الإقليمية والدوليـة وتحرك إعداد كبيرة من اللاعبين والمشجعين والإعلاميين إلى أماكن إقامـة هـذه اللقاءات أصبحت من أهم اهتمامات السائحين ورغباتهم .

ويشير الكتاب السنوي لكلية الترويح والسياحة بجامعـة باكنجهـام شـير ٢٠٠٢ إلى أن الرياضة تقدم فوائد اقتصادية مباشرة للدول والمنـاطق والمحليـات كما أنها تتدخل بشكل مباشر في إعادة تنمية المدن وتحسين الصحة ونوعية الحيـاة لكل من الفرد والمجتمع ، كما أنها وعن طريق غير مباشر تسهم في خفض تكاليف العلاج والرعاية الصحية والإقلال من الجريمة أو الحد منها كما أنها تقدم نوع مـن الكبرياء الوطني عند تحقيق الفوز والنجاح – وحيث أن قطاع السياحة علـى رأس القطاعات التي تدعم الهيكل الاقتصادي للدولة وركيزة أساسية من ركـائز التقـدم ويمثل ذلك القطاع صناعة المستقبل – لان صناعة السياحة قد نمـت وتـصاعدت بصورة كبيرة وشديدة لتصبح قوة اقتصادية واجتماعية وسياسية على مستوى العالم اجمع ويجب علينا أن نستغل ذلك النمو لـصالح الدولـة – فالـسياحة الرياضـية

كصناعة حديثة تفرض نفسها بطريقة فعالة ومؤثرة بحيث يمكن أن تسهم مباشرة في إنعاش السوق السياحي المصري ، وقد أظهرت دراسة علمية أن الوزن النسبي للسياحة الرياضية يشكل نسبة ١١,٣% من إجمالي أنواع السياحة الأخرى وهي نسبة كبيرة يجب استغلالها الاستغلال الأمثل والاهتمام بها خاصة وإذا علمنا أن السياحة الثقافية لمصر بما تحويه من آثار وحضارة وتاريخ لم تعد تمثل إلا نسبة ١٠% فقط فلم تعد السياحة تقتصر على زيارة المناطق الأثرية التي خلفها الأجداد والتي مازالت تجذب الكثير من كافة بلاد العالم ولكن أغلبية الناس يفضلون قضاء الإجازات وأوقات الفراغ في ممارسة أو متابعة أوجه النشاط الرياضي وعلى ذلك أصبحت سياحة العصر هي السياحة النشطة .

في عام ١٩٨٤ اورى السيد / عادل طاهر الذي كان وزير للسياحة وقبلها رئيس الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وأحد الخبراء السياحيين دوي الرؤية الثاقبة انه مع تطور العصر الحديث بدأ الاتجاه لتطويع مناسبات رياضية لخدمة السياحة – كما كانت السياحة في خدمة الرياضة من قبل حيث بدأت الأفكار تتجه إلى جذب سياحي جديد عن طريق إقامة المسابقات والمناسبات الرياضية المختلفة التي تحقق الجذب السياحي المستمر سواء كان ذلك الجذب من المشاهدين والمتابعين أو من الممارسين المشاركين في المسابقات والمناسبات الرياضية ويرى الدكتور اشرف الميداني الحاصل على الدكتوراه في السياحة الرياضية أن المنتج السياحي المصري لا يزال يفتقر إلى التنوع والتغيير وهو ما يجعل المنافسة مع الدول السياحية الكبرى صعبة لان التنوع في مصادر الجذب السياحي هو احد أهم أسباب نجاح صناعة السياحة في الوقت الراهن وقد أكد ذلك الدكتور صلاح عبد الوهاب صاحب الباع الأكثر طولا في المؤلفات السياحية والخبرة الأكثر عمقا والأبحاث الأكثر شمولا حيث أوضح عام ١٩٩١ انه لا تزال السياحة في مصر حتى هذا الوقت تعتمد على السياحة الثقافية وسياحة الآثار فقط وكليا باعتبار أن مصر تتجمع بها ستة حقبات حضارية قديمة وهي في ذلك البلد الوحيد في العالم وأكد في عام ١٩٩٣ على أن أهم الاعتبارات التي تحكم التنمية السياحية هو تحليل التكلفة والمنفعة بحيث تزيد المنفعة على التكلفة ليس فقط على الأمد القصير ولكن

على الأمد البعيد كذلك ، ويتفق ذلك مع ما تحققه السياحة الرياضية من طول مدة الإقامة وكيفية إنفاق السائحين وتكرار الزيارات – كما أن الدولة التي ترغب في تنمية السياحة الدولية إليها يجب أن تبدأ في تقييم جميع مواردها السياحية وتصنيفها وفقا لقواعد موضوعية وكمية وقد أجمل السيد / عادل طاهر سنة ١٩٨٤ فوائد السياحة الرياضية فيما يلي :

١. الإعلام المباشر وغير المباشر قبيل وأثناء وبعد الحدث الرياضي .
٢. توعية الشعوب رياضيا وسياحيا .
٣. التعبئة العامة للفنادق وأماكن الإقامة على اختلافها .
٤. ازدياد الحركة والقوة الشرائية في البلاد .
٥. تشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترقيه وغيرها .

ويتفق الدكتور اشرف الميداني مع هذا الرأي ويقرر في رسالته للماجستير عام ١٩٩٨ – والتي كان لنا شرف المشاركة في مناقشتها – أن ذلك يتفق مع ما رآه الدكتور صلاح عبد الوهاب عام ١٩٩١ لان السائح الرياضي سيحقق الانتظام والتكرار في زيارة دولة المقصد السياحي سواء للاشتراك بالمسابقات أو متابعتها وعلى جانب آخر سيحقق مستوى إنفاق عالي ومتميز لعدة أسباب منها :

١. طول مدة إقامة السائح في دولة المقصد .
٢. غالبا ما يكون المتابعين للمباريات من ذوي الإنفاق العالي .
٣. رواج الأسواق والمنتجات خلال هذه المسابقات .

ويرى الدكتور نبيل الروبي أن السياحة من الوجهة الرياضية توفر فرصا واسعة لممارسة النشاط الرياضي وخاصة تلك التي تتطلب في اعدادها تزويدها بالمعدات والإمكانات الخاصة سواء كانت تستغل الإمكانات الطبيعية أم المصنعة أما بالنسبة للرياضة فإنها من الوجهة السياحية تشبع رغبات الأفراد وتجعلهم يترددون على الأماكن التي تحقق هذه الرغبات وتطيل من مدد إقامتهم فيها وتجعلهم يتمتعون بها ففلسفة السياحة الرياضية هي وجهان لعملة واحدة الوجه الأول هو الترويج السياحي في مواسم الركود والوجه الثاني هو التنشيط لرياضة

معينة واستغلالها في المواسم الراكدة سياحيا وجذبا لهواة هذه الرياضة .

وعلى ذلك ومن خلا ل نظرة سريعة على هدف كلا من السياحة والرياضة نجد أن كلاهما مشترك في نفس الهدف ويعتمد على جذب مختلف شعوب العالم إلى اللقاء في أماكن متفرقة ومختلفة ومحببة للنفس وتقريبا لوجهات النظر وكسرا للجمود بين الشعوب من خلال لقاءات الشباب وتعرفهم على عادات وتقاليد الآخرين ، فالسياحة الرياضية إذا بالإضافة إلى اعتبارها من أهم عوامل الجذب السياحي الحديثة حيث تحقق التنوع والتغيير في مصادر الجذب السياحي – فإنها تسهم في تحقيق الذات وإشباع الدوافع والرغبات وتأكيد النواحي الاجتماعية والروحية والعاطفية فهي إذا كنشاط إنساني على درجة كبيرة من الأهمية ليس فقط في جانبها الاقتصادي لكن أيضا من النواحي الاجتماعية والسياسية والبيئة والتعليمية وفي مؤتمر السياحة الرياضية الأول الذي إقامته منظمة السياحة العالمية W.T.O. عام ٢٠٠١ ذكر مارتن براكنيري أن الخلط والمزج بين السياحة والرياضة وخاصة في المناسبات الرياضية الكبرى يتزايد كما أن تلك المناسبات تعتبر لعدد من الدول استثمارا كبيرا من اجل تغيير الفكرة عن مدينة محددة أو الدولة ككل ، وفي نفس المؤتمر أكد دايو ديفلرز أن السياحة والرياضة أصبحنا احد المكونات الأساسية للثقافة العالمية في الوقت الحالي – وكل منهما يشكل خبرة قديمة للتعبير الإنساني وقد ساهمت السياحة والرياضة الدولية في إجراءات نجاح العولمة والسلام العالمي – أيضا فرانسيسكو فرانجيالي يقرر في نفس المؤتمر أن الشركات العالمية العاملة في مجال الترويج للأنواع الجديدة من العطلات تعتمد على الثقافة الرياضية اعتمادا أساسيا لان المناسبات الرياضية وعلى المدى الطويل تعمل على تقوية المراكز الدولية للسياحة ونقل روح البلد المضيف لتلك المناسبات.

نخلص من كل ما سبق إلى أن الدورات الرياضية والبطولات سواء كانت عالمية أو قارية أو اوليمبية قد أضبحت تحقق رواجا عظيما للدولة المضيفة الأمر الذي أدى إلى التدخل السياسي للدول لتنال شرف تنظيم مثل هذه البطولات نظرا لما تحققه من مكاسب جمة تجنيها الدولة من جراء تنظيمها لتلك البطولات وعلى

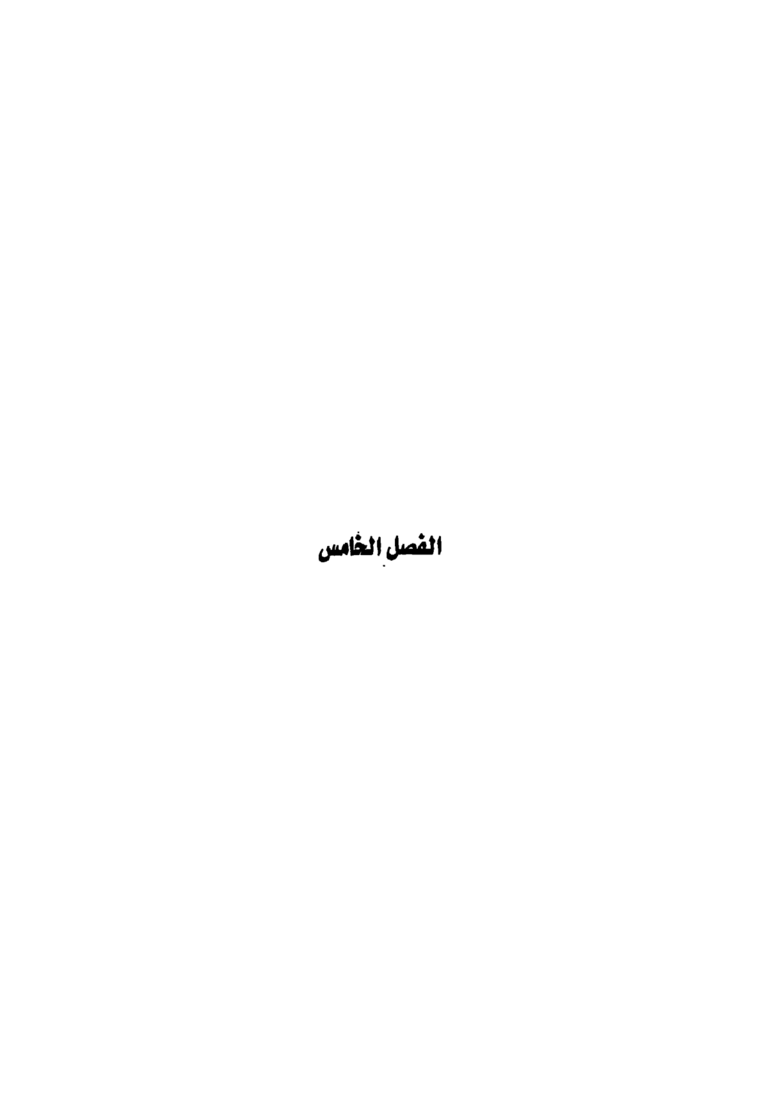
سبيل المثال فإن الألعاب الاولمبية في سيدني باستراليا عام ٢٠٠٠ تعد أفضل وأحسن حدث مرت به صناعة السياحة في استراليا – وتزايدت أعداد الزوار لاستراليا للضعف بعد الدورة الاولمبية الأمر الذي يؤكد قوة تأثير السياحة الرياضية .

وإذا أخذنا مثال آخر وهو المملكة المتحدة التي نجحت بصورة كبيرة في البطولة السنوية للتنس بطولة ويمبلدون التي يتنافس على لقبها الأبطال العالميون ويتابعها مباشرة آلاف السائحين والمهتمين برياضة التنس من مختلف دول العالم الذين يقصدون بريطانيا في ذلك الوقت من كل عام – ويتحقق من جراء ذلك زيادة في الدخل ورواج للسلع والمبيعات سواء الرياضية أو غير الرياضية وامتداد الليالي السياحية طوال مدة البطولة مما يزيد من عدد الليالي السياحية كما انه يحقق النوعية المتميزة لسياح هذه الرياضة وكذلك التميز في كيفية الصرف والشراء ومثل هذا الحدث يتابعه الآلاف عبر شاشات التليفزيون والجرائد ويتردد اسم الدولة عشرات المرات مما يؤدي في النهاية إلى رواج سياحي .

ومن هنا نشير إلى تجارب مصرية ناجحة وان كانت لا تقارن بالنجاحات التي تحدث بالخارج فعلى سبيل المثال بطولات الاسكواش التي تقام في مواقع سياحية متميزة في ظلال الأهرامات أو الغردقة ويمكن أن تقام بطولات في مختلف الألعاب سواء فردية أو جماعية – وهناك تجربة مارستها الإسكندرية في نطاق السياحة الداخلية وهي إقامة الدورات الصيفية وبالرغم من أنها كانت تدعم من المحافظة إلا أن لها مردود سياحي يتمثل في طول مدة إقامة الفرق المشاركة في الفنادق المختلفة وكانت هذه الدورات وكذلك دوري الشركات الذي يقام كل عام في غير موسم الذروة ينشط المدينة سياحيا وبدرجة كبيرة .

والرأي الذي يجب أن تعتنقه الدولة لنجاح السياحة الرياضية أن يجتمع خبراء السياحة وأساتذتها مع المختصين في المجلس الأعلى للرياضة لوضع سياسة للبطولات الرياضية وان تتم دراسة هذه البطولات دراسة وافية وتوضع شروط لإقامة هذه البطولات مع وضع كافة التفاصيل الدقيقة لكل حدث من حيث مناطق

إقامة البطولات وأماكن الإقامة وطرق ووسائل المواصـــلات وتقيـــيم التـــسهيلات المختلفة واعتبار أن الرياضة السياحية أو السياحة الرياضية من أهم مرتكـــزات أو منطلقات التنشيط السياحي .



الفصل الخامس

الركيزة السابعة : المؤتمرات والمهرجانات ..

تعد المؤتمرات والمهرجانات ركيزة هامة من ركائز التنشيط السياحي ونجاح دولة ما في عقد المؤتمرات ونجاحها في إقامة المهرجانات يضفي على هذه الدولة قيمة سياحية تعود عليها بأفضل النتائج ، وقبل أن نوضح الأهمية الكبرى للمؤتمرات والمهرجانات علينا أن نستعرض في عجالة لمحة تاريخية عن المؤتمرات والمهرجانات وأيضا الاجتماعات والمعارض وحيث ترتبط المعارض والاجتماعات بالمؤتمرات ارتباطا وثيقا .

لمحة تاريخية عن الحفلات والمؤتمرات والمعارض والمهرجانات :

لأن الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع الحياة بمفرده ، ولا بد من وجوده في تجمعات أو أسر أو عشائر أو قبائل أو قري أو مدن – الأمر الذي يحتاج فيه الناس إلي مناقشة اهتماماتهم ويجرون مفاوضاتهم نحو حل ما قد يعترضهم من مشاكل أو لوضع نظم وقواعد جديدة لحياتهم وتجارتهم وأساليب معاشهم وأيضا لوضع خطط حروبهم أو مفاوضات سلامهم مع جيرانهم – وكانت الأماكن التي تجمع هؤلاء البشر لهذه المناقشات أو حتى لتنظيم الاحتفالات العشائرية في النظم البدائية – كانت تعتبر هذه الأماكن مراكز لتجمعهم ثم مع مرور الزمن تطورت لتصبح مراكز للتجارة ولتبادل المنافع – وتطورت لتصبح هذه المراكز محوراً لتحسين الخدمات المقدمة فيها ومحور هام من المحاور الاقتصادية البدائية .

ومع مرور الزمن تم إنشاء منظمات ومؤسسات لحل المشاكل ودياً وكانت هذه المنظمات أو المؤسسات تتناسب مع عصرها وتفي بالغرض الذي أنشأت من أجله ثم وضع قوانين وتنظيمات للبيع والتجارة ، وكان الجانب الديني له دوره في وجود هذه التنظيمات ولكن لم يكن له أنشطة كتلك التي تتم الآن في الاجتماعات والمؤتمرات .

وقد شعر الناس بإمكانية مساهمة هذه الاجتماعات في تحسين مجتمعاتهم وبأهمية هذه الاجتماعات .

وفي أواخر القرن السابع عشر قام مجموعة من رجال الأعمال في ولاية مينشجان الأمريكية بعمل اجتماع وقاموا بتطوير فكرة هذا الاجتماع واعترفوا بعد ذلك بإمكانية مساهمة الاجتماعات وتم تطوير هذا المفهوم ليعتبر الخطوة الأولي لعقد مؤتمر وأنشأت مكاتب ودوائر رسمية هدفها جذب الاجتماعات والتنظيمات ليتم استضافتها في مدينة ديترويت الأمريكية .

وكان تنظيم هذه الاجتماعات أو المؤتمرات يدر دخلاً جيداً ثم بدأت العديد من المدن تحذو حذو هذه المدينة وأتبعت نفس الأسلوب إلي أن قام الاتحاد الأمريكي للفنادق والموتيلات كتنظيم متخصص في ما سمي وقتها صناعة استضافة الجمهور ، وفي منتصف القرن العشرين عام ١٩٤٩ م بدأت صناعة المؤتمرات والاجتماعات والمعارض في النمو بصورة كبيرة وأصبحت هذه الصناعة جزءاً من صناعة الفندقة .

أما المهرجانات فقد بدأت باعتبارها حفلات يجتمع فيها الناس للاستمتاع بما يقدم لهم من شتي أنواع الفنون ثم اتجه التفكير إلي الاستفادة من جاذبية وتميز بعض الأماكن لتكون مكانا لإقامة المهرجانات أو الاحتفال بحدث يؤدي إلي توافد الجماهير إلي مكان إقامة الاحتفال بهذا الحدث ولهذا نشأت علاقة وطيدة ووثيقة بتخطيط المقاصد السياحية وتنميها لخلق عنصر جذب لهذه الأماكن للاستفادة بها في سياحة المهرجانات أو الأحداث.

ومصطلح سياحة المهرجانات أو الأحداث الخاصة يعد حديثاً نسبياً ومن أوائل من كتب مفسراً وموضحاً لهذا الموضوع هو كاتب أمريكي يدعي " دونالد جيتز " الذي أكد في مؤلفه القيم أن المهرجانات والمناسبات العامة التي تقام بها الاحتفالات لها أهميتها خاصة بعد أن أصبحت من الأنماط السياحية الحديثة فسياحة المهرجان هي حدث أو ظاهرة اجتماعية تجمع الثقافات الإنسانية .

أولا : علاقة صناعة الفنادق بأنشطة المؤتمرات والحفلات :

من الأهداف الرئيسية لسياحة المؤتمرات تحقيق التعارف ، والتفاهم بين أبناء التخصص الواحد علي مستوي الدول المختلفة المشاركة في المؤتمر ، فمثلاً إذا كان هناك مؤتمر طبي في أحد فروع الطب سيحضره العديد من الأطباء من مختلف أرجاء العالم كل منهم له أبحاثه وتجاربه الذي يهمه أن يعرضها وتسجيل هذه الأبحاث وتلك التجارب باسمه وسوف يطلع ويستمع إلي أبحاث وتجارب الآخرين من باقي المؤتمرين من مختلف الدول الأمر الذي يثري العلم والتجارب العلمية ويوسع نطاق المعرفة – وتتلاقي الأفكار وتخرج التوصيات ويتبادل الخبراء المعلومات وتقوي العلاقات العلمية الأمر الذي يثري حياة الإنسان وزيادة وعيه وثقافته وعلمه ويمكنه الوقوف علي ما وصل إليه الآخرين وينشأ عن هذا التلاقي العلمي استفادة المجتمع مما طرح في المؤتمر من أبحاث أو آراء أو أفكار . إذا هذه المؤتمرات العلمية تثري العلم بالإضافة والتجديد والبحوث المستحدثة والتجارب الجديدة ، هذا من الناحية العلمية أو التطبيقية التي عقد المؤتمر من أجلها . ويستفيد من المؤتمر هؤلاء المؤتمرون الذين حضروا المؤتمر . وعلي الجانب الأخر فإن أهمية المؤتمرات وأهدافها بالنسبة للفندقيين وللبلد الذي أقيم فيه المؤتمر لها آثار اقتصادية واجتماعية وسياسية .

وأهم هذه الآثار هي الآثار الاقتصادية وذلك لما تحققه سياحة المؤتمرات من زيادة في الدخل وزيادة في حصيلة الدولة من النقد الأجنبي – بالإضافة إلي أن معدلات العمالة في مثل هذه المؤتمرات تكون في أعلي معدلاتها ، وإذا اتفقنا أن تنوع أنماط السياحة في بلد يؤدي إلي زيادة إيراداته – فما القول في سياحة تتمتع بأكبر قدر من تحقيق الإيرادات ، هذه السياحة هي سياحة المؤتمرات لأن معدل إنفاق السائح الذي يحضر لمؤتمر ما مرتفع جداً . فلا يخفي أن مدة بقاءه وإقامته في البلد الذي يوجد به المؤتمر تكون أطول من بقاء السائحين القادمين في الأنواع الأخرى من السياحة ولأن رجال الأعمال والمهنيين الذين يشاركون في هذه المؤتمرات دائماً ما يكونوا أكثر دخلاً ويعتبرون من أصحاب الدخول المرتفعة

الأمر الذي يؤدي إلي إنفاقهم أكثر مقارنة بالأنماط الأخرى من السياحة .

وأصبحت الدول التي تقام بها مؤتمرات بصفة مستمرة ومعروفة علي مستوي العالم تحقق فوائد اقتصادية كبيرة جداً . فسياحة المؤتمرات في هذه البلاد تساهم بشكل مباشر في زيادة الدخل القومي وتزيد من فرص العمل وبالتالي تقلل من مشكلة البطالة وتقلل من التضخم وتزيد الدخل من العملات الصعبة .

وإذا نظرنا إلي دولة كالولايات المتحدة الأمريكية فهناك آلاف المؤتمرات وآلاف الاجتماعات وقدر عدد المشاركين في هذه المؤتمرات والاجتماعات بحوالي ٩٠ مليون أنتجت دخلاً يقارب الـ ٤٥ مليار دولار . ومثل هذه الإنفاقات القوية تعمل علي دعم الاقتصاد القومي وتوفر فرص عمل ونسبة إشغال عالية بالفنادق .

هذا بالإضافة إلى الرواج التجاري فسائح المؤتمر يتمتع – كما قلنا – بمعدل إنفاق عال وبالتالي فإنه يشتري أفضل السلع ويقيم في أفضل الأماكن ويرتاد أماكن الترفيه والتسلية.

هذا عن البعد الاقتصادي في سياحة المؤتمرات أما البعد الاجتماعي فمن أهم الآثار لسياحة المؤتمرات هي دعم ثقة الشعب الذي تقام في دولته أو في مدينته المؤتمرات بالإضافة إلي كسب علاقات اجتماعية جديدة وزيادة التواصل الحضاري والثقافي والعلمي والفني بين أهل البلد المضيف للمؤتمر وللمؤتمرين القادمين من الخارج .

وإذا تطرقنا للحديث عن البعد السياسي للمؤتمرات فإن الواقع يؤكد أن الدول التي تقام فيها المؤتمرات وبصفة مستمرة توصف بأنها من الدول التي تتمتع باستقرار سياسي وأن الأمن والأمان مستتب فيها الأمر الذي يشجع علي مزيد من المؤتمرات . أما إذا كان هناك اضطرابات أو أحداث سياسية أو خلل أمنى أو نقص في الشعور بالأمان فإن ذلك من أهم الأسباب التي تؤدي إلي قصور وقلة استضافة المؤتمرات والاجتماعات .

نقول – مع دعاء من الأعماق – أن تستمر حالة الاستقرار الأمني في

مصر فقد شهدت البلاد مؤتمرات ذات صفة عالمية وحضرها رؤساء العديد من الدول في شرم الشيخ وتقام أيضاً في مركز المؤتمرات بالقاهرة العشرات من المؤتمرات والمعارض الدولية وكذلك قاعة المؤتمرات بالإسكندرية ، لأن أحد ركائز إقامة المؤتمرات هو التأكيد علي الاستقرار السياسي واستتباب الأمن .

وعلي سبيل المثال حدثت واقعة في منتصف التسعينات بعد أن شهدت مصر بعض الأحداث المؤسفة عامي ١٩٩٣ ، ١٩٩٤ أن جمعية مقرها في إنجلترا كانت تريد الاحتفال بأحد أكبر الشعراء الإنجليز وهو " لورانس داريل " وهو شاعر كتب عن الإسكندرية رباعية تعتبر من أرقي ما كتب شعراً عن الإسكندرية وهو الذي قال عن الإسكندرية أنها " الثغر الباسم " وهو الذي قال " أن البحر المتوسط بحر صغير للغاية – إن عظمته وامتداده تاريخه يجعلنا نتخيله أكبر مما هو عليه ألآن – إلا أن الإسكندرية لا يقل واقعها عما يمكن تخيله عنها " – هذه الجمعية أرسلت لإحدى عضواتها – وكانت رحمها الله أستاذة الأدب الانجليزي بكلية التربية وزوجها وهو احد أساتذة الطب المرموقين بالجامعة والمتميزين علميا وأدبيا أرسلت الجمعية رغبتها في زيارة الإسكندرية وعقد اجتماع لكل أعضائها وعمل مؤتمر لهم بالمدينة – إلا أن خشيتهم من الحالة الأمنية تجعلهم يفكرون في عقد المؤتمر في مكان آخر – وقد عرض هذا الأمر على المسئول السياحي بالمدينة فلم يتوان لحظة واحدة وكتب إقرارا على نفسه وتحت مسئوليته أن عقد هذا المؤتمر سيكون تحت إشرافه المباشر وتحت مسئوليته الشخصية باعتباره لواء شرطة سابقة وباعتباره المسئول السياحي الأول في المدينة وانه سيكون مصاحبا لأعضاء المؤتمر في كل تحركاتهم وقد أرسل هذا الإقرار بالفاكس لمسئولي المؤتمر – فتمت الرحلة وحضر أعضاء الجمعية جميعا حتى من كان قد اعتذر خشية الحوادث الإرهابية – وقاموا بعقد مؤتمرهم بأحد الفنادق التاريخية بالمدينة – وتجولوا في شوارعها واستمتعوا بإقامتهم التي استمرت عدة أيام – وعند عودتهم لبلادهم أرسلوا شكرا لأنهم سعدوا بعقد مؤتمرهم في المدينة التي عشقها لورانس داريل وإنهم سيعلنون لدى معارفهم وأصدقائهم مدى ما شعروا به من استقرار وسعادة .

ولأن المؤتمرات تزايدت وكثرت علي مستوي العالم وخاصة أن هذا العالم أصبح قرية كونية وساعدت التكنولوجيا الحديثة في تقريب المسافات إلا أن العنصر الإنساني ما زال له أثر هام في الاتصالات بين الأشخاص بعضهم ببعض لتقريب وجهات النظر والتشاور والتداول ، فمع زيادة عدد المؤتمرات وتزايد حجم الأعمال علي مستوي العالم وحركة التبادل التجاري والاقتصادي بين الدول وتقريب المسافات لاستعمال الطائرات ظهر الطلب علي عقد المؤتمرات والاجتماعات والمعارض الدولية والمحلية . وقد ارتبط نشاط المؤتمرات والاجتماعات والمعارض بقطاع الفنادق وأصبح يمثل أحد شرائح السوق التي تعمل الفنادق علي اجتذابها وتوفير الخدمات والتسهيلات لها . بل أن هناك بعض الفنادق يتم إنشاؤها بغرض تقديم خدمات لأنشطة المؤتمرات والاجتماعات والمعارض .

ونحن نتحدث عن المؤتمرات نلحق بها كلمة الاجتماعات ، فالفارق بين المؤتمرات والاجتماعات بسيط ، فالاجتماعات دائماً ما تكون أقل عدداً وحجماً وتجذب أعداداً صغيرة ولا تمثل أهمية للجمهور العادي ، وهذا لا يعني أنها غير مهمة ، فمن المؤكد أن الاجتماعات الصغيرة تعتبر تجسيداً للمؤتمرات وأيضاً هناك اجتماعات سنوية لبعض الشركات الكبيرة تجذب عدة آلاف من المساهمين – وتتجه الاجتماعات إلي الانعقاد في فترات بعيدة بعضها قد يستغرق شهوراً أو حتى سنة كاجتماع الشركات السنوية للمساهمين أو الاجتماعات التي يدعي لها المسوقون لسلعة معينة يعرض عليهم فيها أخر ما توصلت إليه الشركات من إنجاز أو خطة العمل في المرحلة القادمة .

وعلي ذلك فقد أصبحت كلمتي مؤتمر أو اجتماع قد تم استخدامها لوصف كثير من المناسبات المتشابهة .

وعلي ذلك فلا بد من وجود خطة شاملة للمناسبة سواء كانت اجتماعاً أو مؤتمراً وتشمل هذه الخطة أسلوب تنفيذ الاجتماع أو المؤتمر أو لمن يعقد هذا المؤتمر أو الاجتماع – وما الذي ينبغي تحققه من هذا المؤتمر أو الاجتماع ومتي يتم انعقاده وأين يتم إقامته – فالوقت الذي يمر بين التخطيط والتحضير والتنفيذ

للمؤتمرات يـ ل إلي عدة شهور وأحياناً سنوات خاصة للمؤتمرات الكبيـرة العـدد التي تناقش مواضيع عامة ولها صفة الدولية ، وعلي سبيل المثـال يعـد المـؤتمر الدولي للروتاري الـ ٧٥ أكبر المؤتمرات علي الإطـلاق وكـان فـي بريطانيـا واستطاع أن يجذب أكثر من ٢٣٠٠٠ من المؤتمرين من عدد ١٤٨ دولة ولنـا أن نتبين الجهد والوقت الذي يحتاجه مؤتمر بهذا الحجم من المنظمين له – وبالمثل فإن بعض الاجتماعات السنوية لشركات الاتصالات أو البترول والتي تجتذب عادة عدة آلاف من المساهمين وعلي أوسع نطاق.

ونظراً لهذه القيمة وهذه الأهمية للمؤتمرات يعكس ما يطلق عليه في بعض الأحيان صناعة المؤتمرات .

ولهذا إدراك رجال الفنادق أن نشاط المؤتمرات يمكن أن يجلب لهم أرباحاً كبيرة حيث أن متوسط إنفاق المشتركين في المؤتمرات يكون عادة ضـعف إنفـاق السائح العادي وأن المشتركين من دول خارجية أكثر إنفاقاً من المشتركين المحليين .

العوامل التي ساعدت علي الاهتمام بإقامة المؤتمرات :

١. ازدياد اتجاه دول العالم إلي التعاون والتقابل فيما بينهم لخلق جو من التواصـل والتكامل في المجالات المختلفة سواء العلمية أو الثقافية مما يساعد علي انتشار السلام .

٢. برامج الأمم المتحدة في جميع دول العالم حول قـضايا جديـة تهمهـم مثـل مؤتمرات السلام ، حماية البيئة ، مكافحة الإرهاب ، حماية المرأة والطفل .

٣. ازدياد عدد اتحادات منظمي المؤتمرات ومكاتب تسويق المـؤتمرات ، والتـي تقوم بالتنظيم للمؤتمرات وتوفير كافة الخدمات اللازمة لنجاحها .

٤. تطور الطيران واتساع شبكة خطوط الطيران الدولية والمحلية لتغطـي جميـع أنحاء العالم وما بين المناطق المختلفة داخل الدولة الواحدة مما يجعـل التنقـل أكثر سرعة وراحة وأمان ، كذلك توافر شبكات النقل الداخلية سواء بالسيارات

أو الأتوبيسات أو المترو .

٥. التطور التكنولوجي الهائل في مجالات الاتصالات بالأقمار الصناعية وتـوافر الوسائل السمعية والبصرية والمساعدة علي تبادل الأفكار والآراء ممـا يـسهل الاتفاق والتنسيق لعقد المؤتمرات .

٦. ظهور مراكز متخصصة لإقامة المؤتمرات بها تضم قاعات مجهـزة بأحـدث الأجهزة السمعية والمرئية والمعدات اللازمـة للعـرض والترجمـة الفوريـة وغيرها .

٧. مساهمة الفنادق بدور فاعل في تنظيم المؤتمرات بها وتقديم كافة سبل الراحـة لأعضاء المؤتمر من إقامة مأكولات وإعداد برامج ترفيهية في فترات الفراغ .

وقد تكونت من بعض الدول الأوروبية جمعية مهتمة بالأعمـال الـسياحية والفندقية التي تصاحب إقامة المؤتمرات والاجتماعات وهـي الجمعيـة الأوروبيـة لمدن المؤتمرات European Federation of Conference Towns وتـصدر الجمعية نشرة سنوية تهدف إلي تسويق خدمات هذه الدول علي مستوي العالم عـن طريق بيان ما تتميز به كل مدينة وما يتوفر بها من خـدمات وإمكانيـات علميـة ومزارات سياحية وأماكن ترفيهية للمؤتمرين .

وتشترط هذه الجمعية في المدن التي تضم إليها ما يلي :

١. يتوافر بها مراكز للمؤتمرات أو أماكن تصلح لإقامة المـؤتمرات وتواجـد بهـا المعدات المطلوبة .
٢. أن يتواجد بها فنادق ذات مستوي سياحي عالي بالقرب من مراكز المؤتمرات .
٣. بها شبكة مواصلات مريحة وميسرة لسهولة انتقال المؤتمرين .
٤. لها موقع سياحي متميز يسمح بإعداد برامج للرحلات الترفيهية .
٥. أن تتميز بالهدوء والأمن مما يضمن الراحة والمتعة لزوارها .

تطور سياحة المؤتمرات في مصر :

هناك العديد من الفنادق بمصر تتضمن ؟اعات متعـددة الأغـراض لعقـد المؤتمرات الدولية ، والمحلية مثال : شيراتون / شـبرد / مـاريوت / الهيلتـون / السلام / هيات / وسميراميس وغيرها .

كما أنه يجب الإشارة إلي وجود قاعات مؤتمرات في الجهـاز المركـزي للتعبئة والإحصاء وفي جامعة القاهرة وفي معهد التخطيط القومي .

وأخيراً بدأت مصر تدخل بخطي ثابتة في مجال سياحة المؤتمرات بإنشاء قصر المؤتمرات الدولي بمدينة نصر بمساعدة الحكومة الصينية ، وإنـشاء مركـز أخر للمؤتمرات بجامعة الإسكندرية بالشاطبي في أواخر الثمانينات .

وتعمل وزارة السياحة بالاشتراك مع الاتحاد المصري للغـرف الـسياحية علي إنشاء شركة لإدارة قصور المؤتمرات في مصر والتسويق لها بالخارج وهناك اتجاه أخر يطالب بإنشاء هيئة قومية ذات طابع اقتصادي للمؤتمرات تتمتـع بذاتيـة وشخصية معنوية تحت إشراف وزير السياحة مثل باقي الدول الـسياحية المتقدمـة في سياحة المؤتمرات .

أهمية سياحة المؤتمرات في مصر :

تعتبر سياحة المؤتمرات والمعارض ، التي تعد صناعة في حد ذاتها نمطاً سياحياً بالنسبة لمصر ومع ذلك فقد نجحت مـصر فـي دخـول مـصر عـصر المؤتمرات الدولية الكبرى بعد نجاحها في تنظيم مجموعة واسعة مـن المـؤتمرات الدولية والمعارض علي مدي السنوات الماضية .

وقد ساعد علي هذا النجاح وجود مركز القاهرة الدولي للمـؤتمرات الـذي افتتح رسمياً في ١٥ / ١٢ / ١٩٨٩ م ، وخضع منذ ذلك الحين – لعملية مـستمرة من التطور والإضافة والتجديد .

كما ساعد علي انتعاش سياحة المؤتمرات والمعارض فـي مـصر أيـضاً

حرص وزارة السياحة علي الترويج لهذا النمط السياحي الهام الذي يتميز بعدة خصائص منها :

- نوعية المشاركين في المؤتمرات والمعارض الدولية وهم يمثلون في الغالب شريحة مستنيرة تنتمي إلي مجموعة متنوعة من الدول ، مما يساعد علي ترويج سياحي مضاعف للدولة المضيفة للمؤتمر أو المعرض في أكثر من سوق سياحي خارجي .
- العائد الاقتصادي المرتفع للسياحة المترتبة علي عقد المؤتمرات والمعارض الدولية لارتفاع المستوي الاقتصادي والثقافي للمشاركين في المؤتمرات الدولية ، وتميزهم بالقدرة العالية علي الإنفاق .
- ترسيخ ذهنية إيجابية عن المقصد السياحي الذي يتم عقد المؤتمرات به فيما تعلق بحالة الأمن والاستقرار وتوافر القدرات التنظيمية .

ثانيا : المهرجانات

يعرف المعجم الوجيز " المهرجان " بكسر الميم بأنه احتفال يقام ابتهاجاً بحادث سعيد أو لمناسبة هامة سواء كانت تاريخية أو اجتماعية أو فنية . والمعني العربي لكلمة Festival طبقاً لقاموس المورد هو ابتهاج أو بهجة.

أما في المعجم الوسيط فإن كلمة مهرجان مشتقة من كلمة فارسية مركبة تتكون من جزئين الأولي " مهر " ومعناها شمس و " جان " ومعناها الحياة أو الروح وأن المقصود باستخدام كلمة مهرجان – هو احتفال يقام ابتهاجاً بحادث سعيد أو إحياء لذكري عزيزة . والتعريف الموسوعي لكلمة " مهرجان موسيقي " وفق ما ورد في دائرة معارف كولومبيا أنها سلسلة من العروض الموسيقية يجري تنظيمها لخدمة موضوع معين أو فكرة معينة .

وتعريف المهرجانات وفق ما جاء في دائرة المعارف الأكاديمية الأمريكية فإن المهرجانات تقام بشكل عام لخدمة قطاع السياحة في البلدان التي تقام فيها إذ تعد المهرجانات الناجحة عاملاً من عوامل الجذب السياحي الأمر الذي دفع كثيراً

من البلدان إلي إقامة مهرجانات سنوية ثابتة كل عام ، فنجد مثلاً أن المهرجانات الناجحة تبلغ في أوروبا ٤٠ مهرجاناً سنوياً بينما في الولايات المتحدة تبلغ ١٧٥ مهرجاناً .

وأخيراً تعرف المهرجانات أيضاً أنها من أشكال السياحة الترفيهية والتي تدفع السائح للمشاركة بالحضور في أحداث خاصة ذات طابع مميز وجذاب .

وهذه هي تعاريف كلمة المهرجان التي أطلعنا عليها والتي يهمنا أن نوضح أن كل هذه التعاريف تمثل لدينا ولدي الكافة ممن يطلع عليها مفهوم كلمة " مهرجان " وأن هناك فروق بسيطة بين كل تعريف وأخر وهذه الفروق قد تتلاشي إذا أيقنا أن الهدف الرئيسي من إقامة أي مهرجان هو اقتناص البهجة والابتهاج والسعي إلي إدخال السعادة والسرور علي من يتابعون هذا المهرجان أو هذا الحدث وبدون ذلك فإن المهرجان يكون قد تم تفريغه من مفهومه الأساسي ومضمونه الرئيسي ألا وهو البهجة والابتهاج والسرور.

تاريخ المهرجانات والاحتفالات عبر العصور:

الأمر الذي لا شك فيه لدينا أن المهرجانات بدأت في مصر القديمة وإن كانت لا تحمل الطابع الحالي للمهرجانات التي يقصد بها الآن تنشيط وتنمية الحركة السياحية للبلدان التي تعقد فيها الاحتفالات أو المهرجانات ، وإنما كانت عبارة عن احتفالات دينية أو دنيوية تتميز بطقوس خاصة ، وتحدثنا كتب التاريخ المصري القديم عن مولد الحضارة ونشأتها وترينا المناظر المسجلة علي اللوحات ، الاحتفال بالنصر أو تتويج ملك يلبس التاج ويجلس علي العرش وقد اصطف وراءه كبار الموظفين ويقف أمامه حملة الأعلام ، وتظهر الآثار التي عثر عليها لملوك الأسرتين الأولي والثانية ما وصلت إليه حضارة مصر في ذلك العهد السحيق وإلي الاحتفالات ، كما أنه كان هناك احتفالات معروفة قبل الأسرة الأولي بزمن كبير – وأن ملوك الأسرة الثانية ٢٩٨٠ – ٢٧٨٠ ق . م كانت لهم أعيادهم وطقوسهم في بعض الاحتفالات .

وهكذا يثبت التاريخ أنه في الأجيال البعيدة تفاعلت جميع عناصر الحضارة

في مصر حتى استقرت علي أوضاع خاصة ارتضوها لأنفسهم ووجدوا أنها تعبر تمام التعبير عما يريدون سواء في الدين أو الفن أو الحياة ، وكان المصريون القدماء أول من أقام القاعات الفسيحة للاحتفالات وكان هذه القاعات ذات أعمدة وكانوا يلجأون في إضاءتها إلي جعل أعمدة الممر الأوسط أعلي قليلاً من الأعمدة الجانبية وبذلك يدخل الضوء من خلال فتحات من السقفين .

وكان المصريون القدماء محبين للموسيقي كما أحبوا الحركة والإيقاع وحبهم لذلك وجههم إلي اختيار النوع السلس البسيط من الإيقاعات وما أتصف بالرشاقة والانسجام ، وكانت الأغاني هي السبيل إلي نشر العلوم والقوانين بين الناس وامتازت بجمعها بين الجد واللهو شأن أغاني الشعوب التي اكتملت حضارتها ونضجت ثقافتها – يؤدي أبناؤها واجبهم مخلصين ثم لا يغفلون في الوقت نفسه نصيبهم من مسرات الحياة ، وكانت الأغاني المصرية القديمة تتناول مديح الآلهة والحض علي عمل الخيرات والحث علي العناية بالروابط الاجتماعية كما كانت تميل إلي ذكر العمل والقيام بالواجب ، وكان المصري القديم يغني في البيت والطريق وأثناء العمل وفي كل مكان وعند كل مناسبة . وكانت الموسيقي عند قدماء المصريين فناً محترماً مقدساً يعتقدون اتصاله بالعلوم المقدسة الأخرى وبخاصة الديانة والفلك .

وكما أحب المصريون القدماء الموسيقي والغناء أحبوا أيضاً الحركة والإيقاع – وقد صاحب التعبير الحركي تصفيق الأيدي والدق علي الدفوف ثم صاحبته جميع الآلات الموسيقية المعرفة آنذاك .

وقد تبين لعلماء الآثار من دراسة الصور الجدارية بالمعابد أن الرقص الثنائي والرقص الجماعي والرقص الدرامي والرقص الحربي والرقص الديني ، والرقص الغنائي والرقص الحركي .

إذا فإن ما ذكرناه من استهلال هذه الفقرة من أنه لا شك لدينا أن المهرجانات بمعناها الواسع سواء كانت احتفالات أو مناسبات قد بدأت في مصر القديمة يؤكده ما سبق سرده فيما ورد في كتب التاريخ وما تم تصويره في اللوحات

وعلي جدران المعابد .

ثم إذا انتقلنا إلي الحضارة اليونانية وصلتها بالحضارة المصرية القديمة ، فقد شهد تاريخ الفكر المصري المعاصر تأكيداً لهذه العلاقة القديمة بين الحضارتين المصرية القديمة واليونانية ، ففي عام ١٩٣٨ م أصدر عميد الأدب العربي الدكتور / طه حسن كتابه " مستقبل الثقافة في مصر " أكد فيه أن اليونانيين في عصورهم الراقية كما كانوا في عصورهم الأولي يرون أنهم تلاميذ المصريين في الحضارة وفي فنونها الرفيعة بنوع خاص – وهناك باحث أمريكي يدعي " بارنال " أصدر كتاباً عام ١٩٨٧ م أي بعد الدكتور / طه حسين بنحو نصف قرن ، أكد فيه أن الحضارة اليونانية كلها من أصل فرعوني – وكان المؤرخ اليوناني المشهور " هيرودوت " أول من قال أن المدن الإغريقية كلها مصرية قديمة – وهذا ما أكده " مارتن بارنال " من أن مصر الفرعونية هي أم حضارات البحر المتوسط وثقافة المنطقة كلها وليست إحدى الحضارات ، وأن مصر كانت ملتقي الأجناس من كل لون .

وكانت فتوحات الإسكندر الأكبر إيذاناً لعصر جديد تنتشر فيه حضارة اليونان وفكرهم وفلسفتهم وتمتزج بالحضارات المختلفة وتختلط تلك الشعوب والأمم فيما بينها .

ويذكر التاريخ أن الإسكندر الأكبر أقام المباريات الرياضية والحفلات المسرحية والموسيقية التي اشترك فيها بعض الفنانين البارزين من بلاد اليونان .، وبالتالي فهذه أول مرة يقام فيها مهرجان دولي أو احتفال إذ أن مشاركة أجانب من خارج البلد في احتفال أو مهرجان أو حدث يصبغ هذه الاحتفالات بالصيغة الدولية.

ويذكر أيضا أن الإسكندر الأكبر عقد زواج ثمانين من المقدونيين البارزين علي زوجات فارسيات ، وهذا كان في احتفال كبير – ويذكر أيضاً أن الإسكندر الأكبر كان يقيم المهرجانات والاحتفالات لجنوده وهو في طريقة إلي البلاد التي غزاها أو فتحها ووصل إلي الخليج الفارسي والهند ، وكانت هذه الاحتفالات يحضرها الآلاف من جنوده ورعايا المدن التي يغزوها وكان يشارك فيها الفرسان علي خيولهم وكذا لاعبو الأكروبات ، وكانوا يستخدمون الحيوانات في مسيرات

الفرق الموسيقية والخيول وكذلك المهرجون .

ولم تكن الألعاب الأولمبية الشهيرة ذات طابع قومي فحسب بل دولي أيضاً – وحتى إلي يومنا هذا – ولذلك فإن تسجيلها وتعدادها[1] كان بمثابة مرجع دولي للأحداث التاريخية بصفة عامة .

ويمكن أن نذكر عن الفنون اليونانية في عبارة موجزة أنه فن دنيوي من اجل الإنسان فالفن اليوناني يتخذ الإنسان محوراً اساسياً يدور حول حاجاته وتطلعاته ورغباته لذلك نجد أن أضخم الآثار اليونانية وهي المسارح تتسع لعشرين وثلاثين ألف من المشاهدين ، وهذه المسارح لم تكن تقام لحفل واحد وإنما لاحتفالات عديدة لإسعاد الجماهير وهذا في حد ذاته مفهوم المهرجان في الوقت الحالي .

ويقول الأستاذ الدكتور / حسين الشيخ في كتابه " تاريخ حضارة اليونان والرومان " أن اليونانيين عبدوا ديونيزوس بوصفه إلهاً خاصاً بهم من دون الناس وكانوا يحتفلون في أعياده بإقامة المهرجانات الصاخبة والشعائر الدينية – وقد نشأت الدراما أي المسرحية من الاحتفالات والأعياد ومن الطقوس والرقصات والأناشيد التي كانوا ينشدونها ومن المواكب التي كانوا يقيمونها وهم يضربون الصنج ويحملون المشاعل ويلبسون الأقنعة ، وكان المكان المكرس للحفلات يسمي مسرحاً .

ثم نصل إلي العصر الإسلامي ولا ننسي أن العرب قد تسلموا من الحضارات السابقة عليهم شتي أنواع الفنون فنشأت الفنون الإسلامية نشأتها شأن كثير من مظاهر الحضارة الإسلامية علي أساس قويم من اجتماعيات الإسلام ثم تطورت علي يد الشعوب المختلفة التي اعتنقت الإسلام – وبذلك فتح الإسلام الأذهان إلي أهمية الفنون في الحياة وأن الفن ليس لخدمة الدين أو خدمة الملوك كما كان الحال قبل الإسلام ولكن ينبغي أن يكون في خدمة الحياة الدنيا وفي خدمة الناس جميعاً لا فرق بين غني وفقير وبين حاكم ومحكوم لكي يخفف عنا بعض متاعب الحياة فيكون لنا مهرباً نلجأ إليه ونلوذ بحماه وحتى ينقلنا بأنغامه وبكل

أدواته التعبيرية إلي عالم السحر والجمال إلي عالم نستمتع فيه بالهدوء والنشوة الروحية وبالإنشراح والغبطة التي تغذي النفس وتشرح الصدر .

وعلم الألحان عند العرب قديم وهو مرافق لنظم الشعر أما الآلات فكان عندهم المزمار والنفير والطبل والدف أو الطار والصنج ، وأول ضرب بالدف عند ظهور الإسلام بالمدينة المنورة كان من فتيات بني النجار وأول غناء تغنت به النساء والصبيان في المدينة عند قدوم الرسول عليه الصلاة والسلام حينما تغنوا " طلع البدر علينا من ثنيات الوداع .... " الخ .

ثم بتتابع السنين والقرون وظهور الأولياء الصالحين وإقامة المساجد وحب المسلمون لهؤلاء الأولياء ، بدأت الاحتفالات بالموالد وأحياء ذكري هؤلاء الأولياء ، ففي غرة شهر رمضان الكريم كان الخليفة الفاطمي يخرج في لباس فخم من باب الذهب بقصره في موكب يضم الوزراء بملابسهم المزركشة وخيولهم ورماحهم وأسلحتهم المكتفة بالذهب والفضة يتقدمهم الجنود وفرق الموسيقي وينضم إلي الموكب تجار القاهرة والصيارفة والصاغة وجموع الناس وفي الطريق توزع الصدقات علي الفقراء والمساكين وعندما يصل الخليفة لقصره يوزع الدنانير والهدايا من خزانة الكسوة الخاصة .

ومن أعلام العصر العربي في مصر أبو الحسن الشاذلي وأبو العباس المرسي وسيدي بشر الجوهري وسيدي جابر الأنصاري وأبو القاسم القباري وأبو عبد الله الشاطبي والشاعر الصوفي شرف الدين البوصيري الذي نظم الشعر في مدح النبي عليه الصلاة والسلام وله ديوان من الشعر المنظوم ويعد من خير شعراء المدائح النبوية وأشهر قصائده " البردة " - والسيد أحمد البدوي بطنطا وسيدي إبراهيم الدسوقي بدسوق وسيدي عبد الرحيم القناوي بقنا .... وغيرهم كثير .

وقد امتازت هذه الاحتفالات والتي يمكن أن يطلق عليها مهرجانات بتجميع أعداد غفيرة من محبي ومريدي هؤلاء الأولياء حول خليفة كان يمتطي صهوة جواده ويسير في ختام أسبوع الاحتفال في موكب تحفه الموسيقي وحاملو الأعلام

والدفوف والصناع علي عربات تجرها الخيول ومحاط بالجنود المشاة والخيالة والجميع يرتدي ملابس مزركشة ومزينة وتطلق الأهازيج والمدائح وتدق الدفوف ويسير هذا الموكب مخترقاً شوارع المدينة من مقر هذا الخليفة إلي المسجد الذي يحتفل بميلاده صاحبه ، وينتهي الاحتفال بعد إقامة صلاة الجمعة – هذا الاحتفال والذي يطلق عليه العامة كلمة " المولد " هو مهرجان بكل ما تحمل هذه الكلمة من معاني وإن كانت هذه الموالد قد تقلصت أخيراً فيما يتعلق بالموكب فلم يعد هناك صناع وقلت العربات التي تجرها الخيول وتغيرت أساليب الاحتفال.

هذه لمحة تاريخية عن المهرجانات أو الاحتفالات عبر العصور وفي عصرنا الحالي الذي اتخذت فيه شكلاً أخر تبعاً لطبيعة الحياة والتغيرات التي حدثت في المجتمعات وفي أذواق الناس وطرق استمتاعهم ، فبعد أن كان الاستمتاع بالمشاهدة للحرفين في عرباتهم أصبحت مواكب الزهور وبدلاً عن التواشيح بذكر الله أصبح هناك ما يسمي بالكرنفال لفرق الفنون الشعبية .

مفهوم سياحة المهرجانات أو الأحداث الخاصة حالياً :

أصبحت سياحة المهرجانات من الأنماط السياحية الحديثة ولها أهميتها الخاصة بالإضافة إلي أنها أصبحت منتجاً سياحياً ، وتلعب دوراً هاماً في تنمية المقاصد السياحية .

والمهرجانات والمناسبات العامة التي يتم الاحتفال بها موجودة في كل المجتمعات ، وتثير المؤشرات إلي أن هناك زيادة كبيرة في أعداد وأنماط هذه المهرجانات ، وتلك المناسبات خلال السنوات العشرين السابقة ، وبالنظر إلي هذه المهرجانات أو الأحداث الخاصة تدرجاً من الأوليمبيات والمهرجانات ذات الطابع الدولي مروراً بالمهرجانات الإقليمية ثم المهرجانات المحلية نجد أنها تعد من أكثر أنماط الترفيه والأنشطة السياحية متعة وأكثرها في استثمارها كمقاصد جذب سياحية .

وتستغل المنظمات السياحية شعبية هذه المهرجانات أو الأحداث بتنظيم البرامج السياحية المناسبة لها ومع ذلك لا تصل كل المهرجانات والأحداث إلي المستوي الذي تصبح عنده عناصر فعالة للجذب السياحي – وأحياناً تفشل هذه المناسبات في المساهمة في تنمية المجتمع إما لسوء تنظيمها أو الفشل في إدراجها ضمن خطط التسويق لهذه الأحداث أو لقصور في الهدف من إقامتها .

ويعد مصطلح سياحة الأحداث أو المهرجانات حديث نسبياً ، ويعد الأمريكي " دونالد جيتز " أول من كتب مؤلفاً فيما عن المهرجانات والأحداث الخاصة وكان ذلك عام ١٩٨٩ . " Festivals , Special Events and Tourism " ووفقاً لمؤلف " دونالد جيتز " هذا الذي ندعي أننا كنا أول من استفاد منه استفادة كاملة وحاولنا نقلها للآخرين ، وهذا ما سنوضحه فيما بعد ، إلا أننا نعتقد أنه من المفيد لمن يتصدى لعمل مهرجان أو يستوعب ما ورد في هذا المؤلف استيعاباً جيداً ونورد مثالاً عملياً لما حدث في مهرجانين أقيما بالإسكندرية عامي ١٩٩٢ ، ١٩٩٦ وما حدث في هذين المهرجانين ومدي تطبيق ما ورد في الدراسات العلمية – ومدى الاستفادة منها والنتائج المترتبة علي ذلك – ولكن قبل أن نتطرق إلي تفصيلات سياحة الأحداث نود أن نقرر أن المهرجانات تعد فرصة رائعة للتعرف علي صناعة السياحة المصرية وما نوفره من عناصر جذب سياحي وإمكانيات سياحة بوصفها أداة تسويقية مؤثرة وتساعد مصر علي اللحاق بركب التقدم السياحي ، فالبلد الذي يتمكن من غزو السوق السياحي الدولي بمنتجاته السياحية ليس هو من يملك مقومات سياحية أكثر ولكن هو من يستطيع تسويق هذه المقومات .

ولسياحة المهرجانات قدرة فائقة علي تنمية المقصد السياحي لما لها من دور في خلق عناصر جذب سياحي وبالتالي يمكن الاستفادة منها في الارتقاء بالعديد من المناطق الأثرية والحضارية وبما يتناسب مع طبيعة مصر كمقصد سياحي متميز .

أنواع المهرجانات أو الأحداث طبقاً للمفهوم الحديث :

حاول " جيتز " Getz في كتابه " Event management and Event Tourism " أن يصنف الأحداث المهمة إلي ثمانية أنواع وهذه الأنواع هي أحداث مخططة ويمكن أن توجد في جميع الثقافات :

١ – الاحتفالات الثقافية وتشمل :

- المهرجانات .
- الكرنفالات .
- الأحداث الدينية .
- العروض .
- التراث .
- إحياء ذكري .

٢ – الاحتفالات الفنية وتشمل :

- الحفلات الموسيقية .
- العروض الفنية الأخرى .
- معارض فنية .
- احتفالات الجوائز .

٣– العمل والتجارة وتشمل :

- المعارض والأسواق والمبيعات .
- عروض التجارة والمستهلك .
- معارض تجارية .

٤ – المنافسات الرياضية وتشمل :

- مسابقات المحترفين .
- مسابقات البالغين .

- مسابقات الناشئين .
- الراليات .

٥ – تعليمية وعملية وتشمل :

- قاعة البحث (بقيادة خبير) وحلقة المناقشة .
- عيادات طبية .
- مؤتمرات .

٦ – ترفيهية وتشمل :

- التسلية .
- الأحداث الممتعة .

٧ – أحداث سياسية وتشمل :

- تولي الرئاسة .
- تقليد منصب أو رتبة .
- زيارات الشخصيات المهمة .

٨ – الأحداث الخاصة وتشمل :

- الاحتفالات الشخصية .
- الذكري السنوية .
- أجازات عائلية .
- حفلات الجاليات .

أما بالنسبة لسياحة الحدث طبقاً لتعريف جيتز فتتنوع أنواعها إلي الآتي :

إن المهرجان هو حدث أو ظاهرة اجتماعية تجمع جميع الثقافات الإنسانية ولكن من أجل الحصول علي تعريف دقيق للمهرجان يجب مراعاة أصل هذه المهرجانات بالإضافة إلي مراعاة الأبعاد الاجتماعية والثقافية لهذه المهرجانات والمناسبات العامة الأخرى .

ولهذا يمكن تعريف المهرجانات بالمفهوم السابق إلي أنه :

١. احتفال ديني أو دنيوي يتميز بطقوس خاصة .
٢. الاحتفال السنوي بشخص أو حدث بارز أو الاحتفال السنوي لحصاد منتج ما .
٣. حدث ثقافي يتكون من سلسلة من العروض في مجال الفن وعادة ما يكون خاص بفنان واحد .
٤. المعارض .

إن أفكار المهرجانات غالباً ما يتم تحديدها عن طريق القيمة الثقافية لأن الدور الاجتماعي والمعني الرمزي للاحتفال يرتبط بدرجة وثيقة بسلسلة من القيم الصريحة التي يعتبرها المجتمع ضرورية لهويته الاجتماعية وتواصله التاريخي وتعايشه الطبيعي ونظرة العالم له . وهكذا يحتفل المهرجان بكل هذه الأشياء .

المهرجان كاحتفال ديني :

إن علماء الاجتماع عادة ما يستخدمون مصطلح " ديني " أو " غير ديني " عند الإشارة إلي الاحتفالات . فهذه التفرقة ضرورية بين المناسبات ذات الطبيعة الدينية والمناسبات الغير دينية ولكن بالرغم من ذلك فقد اقر بعض علماء الاجتماع حديثاً أن الاحتفال الديني والاحتفال الغير ديني غير متعارضين .

فعلي سبيل المثال : الكرنفالات عادة ما تكون ذات أصل ديني ولكنها أصبحت الآن تتميز بطابع يسوده المرح . ولكن البعض الآخر يصر علي أن الاحتفال الديني هو فقط المهرجان الحقيقي لأن المحتفلين يدركون من خلاله الحقيقة الكبرى التي تعطيهم نظرة أكثر عمقاً للحياة اليومية .

المهرجان كاحتفال بحدث أو شخص ما :

إن المهرجانات الشائعة هي التي تحتفل بالحصاد أو المناسبات الدينية والتاريخية ومختلف المناسبات الثقافية وقد حلت هذه المناسبات والمهرجانات الشعبية محل المهرجانات الدينية لكونها الأفضل من ناحية تقدم المجتمعات . أن الهدف في إقامة عادات راسخة وإحساس بالانتماء هو حقاً ما يحث المجتمعات

علي إقامة ..رجانات .

والاحتفال العام هو اصل جميع المهرجانات بغض النظر عن طبيعته التي قد تكون دينية أو غير دينية فجميع المهرجانات يجب أن تكــون عامــة وهــو مــا يجعلها تختلف عن الحفلات والاحتفالات الخاصة وهذا لأن جميع المهرجانات لهــا معني اجتماعي وثقافي للمجتمع بأكمله .

إن المهرجانات أيضاً يجب أن تكون ذات مغزى ولو كان هــذا المغــزى خفي . هذا المغزى يمكن أن ينعكس عن طريق اسم المهرجان مثل احتفال تراثــي " A celebration of our Heritage " .

ويمكن أيضاً أن يحمل المهرجان قيم مشتركة مثــل مهرجانــات الربيــع والحصاد . وهكذا يمكن تعريف المهرجان وفقاً لما ذكــره " جيتــز " علــي أنــه " احتفال عام ذو مغزى ".

كما أن مصطلح " **مهرجان** " يشمل الكثير من المعاني ولــذلك يجــب أن يشمل التعريف أصل معظم المهرجانات بالإضافة إلي أفكارها وهذا يميز المهرجان عن باقي المناسبات الخاصة الأخرى .

إن دراسة المهرجانات والأحداث يكشف الكثير عن حياة المجتمع الرمزية والسياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية لأن المناسبات تنــشئ اتــصال بــين الناس والجماعات في المجتمع الواحد وبين المجتمع والعالم ككل .

أولاً : المعني الرمزي الذي يحمله المهرجان :..

إن المهرجانات والأحداث لها دور فعال في إظهار رموز المجتمع ، فعلي سبيل المثال عروض ورموز مهرجان " small Town " لعــام ١٩٨٢ م تمتلــئ بالإيحاءات التي تعكس القيم القومية والدولية مثل النقاء والجمــال وروح الدعايــة والدين والسياسة .

ثانياً : المعاني السياسية :

إن الكثير من المناسبات الضخمة لها معني سياسي خفي وقيمة رمزية عظيمة فمثلاً : أولمبيات لوس أنجلوس لعام ١٩٨٤ تعتبر مناسبة رياضة وفي نفس الوقت هي احتفال بالرأسمالية الأمريكية وإنجازاتها .

ثالثاً : الثقافة الشعبية :

الأحداث أيضاً لها علاقة بالثقافة الشعبية للمجتمع ، أن بعض الأحداث تحديداً لها قدرة ساحرة علي الجذب فهي مناسبات اجتماعية لا يمكن الإغفال عن حضورها فهي ذات شعبية كبيرة عند المشاهد العادي .

إن الفوائد الاجتماعية والثقافية للمهرجانات والأحداث يرجع إلي دورها في تنمية المجتمع وتعزيز العادات الثقافية وأيضا في زيادة الفرص الترفيهية .

إن قيمة الاحتفالات العامة ترجع إلي إسهامها في تحقيق مجموعة من الأهداف .

ففرص الترفيه التي تتضمنها الأحداث الخاصة يجب بالضرورة أن تهدف إلي تطور ثقافي واجتماعي. فمن يقيم مهرجان يكتسب القدرة علي القيادة واحترام الذات بجانب الخبرة في التنظيم وتعزيز روح المشاركة وقيم المجتمع الاجتماعية والثقافية .

رابعاً : إقامة المهرجان لأسباب اقتصادية :

أقيمت سياحة المهرجانات والأحداث في المقام الأول كاحتفالات ترفيهية ولكنها تهدف إلي تنمية اقتصادية أو منفعة مالية ، وبالرغم من ذلك فهذه المهرجانات والأحداث يمكن أن تنال رضا المجتمع في حاجاته إلي الترفيه ولا يمكن أيضاً تجاهل أن هذه الأحداث تعتبر في المقام الأول مصدر جذب سياحي لهذه المناطق وتؤدي إلي تنمية اقتصادية .

دور سياحة المهرجانات في تنمية المقصد السياحي :

فيما يتعلق بتخطيط المقصد السيحي ، يمكن للمهرجانات والأحداث أن تلعب دوراً هاماً باعتبارها أحد أنواع الجذب السياحي وتأثيرها علي الصورة السياحية ومنشطة لعوامل الجذب الغير مستغلة ، بالإضافة لكونها حافز لأنماط أخرى من التنمية وكذلك يمكن اعتبارها جزء من السياحة البديلة التي تقلل من الآثار الجانبية للسياحة وتساهم في التنمية المتواصلة وتنمي العلاقة بين السائح والمضيف بصورة أفضل .

المهرجانات كعامل جذب سياحي ومساهم في زيادة جاذبية المقصد السياحي :

إن الأحداث السياحية يجب أن تكون جزءاً لا يتجزأ من تخطيط السياحة الداخلية والخارجية معاً ، ويجب أن تقوم عوامل الجذب السياحي علي التركيز علي الزائرين المحليين ، أي أنه يجب عليهم أن يقوموا بتشجيع الأفراد علي الرغبة في الحضور .

إن من أهم الخصائص المميزة لسياحة الأحداث أو المهرجانات دورها في جذب السائحين سواء محلياً أو دولياً ، وبالرغم من أن المنظمات القومية للسياحة تركز عادة علي السياحة الدولية إلا أنه لا يمكن تجاهل حقيقة أن الأحداث والمهرجانات تعتمد في المقام الأول علي المشاركين المحليين والإقليميين وأكدت علي أن الأحداث تساعد علي إبقاء السكان المحليين ومدخراتهم داخل البلاد بدلاً من السفر والسياحة خارج الإقليم أو الدولة . ويمكن قياس مدي قوة عوامل الجذب الموجودة بالمقصد السياحي في ضوء إعداد الأفراد الوافدين وكذلك التوزيع الجغرافي للسوق أو القدرة علي المنافسة .

ونجد أن Marrson , Mill (١٩٨٥) استخداماً مصطلح Drawing power ، أو اجتذاب القوى ، بمعني أن الأفراد يكون لديهم الرغبة في السفر من أجل اكتساب تجربة أو الاستمتاع بالمشاهدة ، وهنا يتم التفريق بين الأسواق المحلية والإقليمية (الداخلية والخارجية) .

وعلي ذلك فإن سياحة الأحداث لا بد أن تستغل جاذبية أحداث ومهرجانات

معينة من أجل زيادة عوامل الجذب السياحية للمقصد السياحي ومنها :

أ – إطالة الموسم السياحي :

تواجه صناعة السياحة في كثير من الأحيان مشكلة الموسمية ، ألا أن الأحداث المتميزة يمكن استخدامها كوسيلة لإطالة موسم الذروة السياحية وتوفير موسم سياحي جديد ، فمثلاً الرياضات الشتوية يمكن استخدامها لتقديم موسم شتاء جديد في الأقاليم الشمالية وذلك لتقديم مسابقات رياضية أو كرنفلات شتوية ، وبالتالي نجد أن الأحداث يمكن أن تستغل ظروف معينة ، ويفضل المواطنون عادة الأوقات الخارجة عن الموسم السياحي من أجل ممارسة الاحتفالات الخاصة بهم وبالتالي فإن ذلك يعد من الأحداث التي يمكن نتغلب بها علي مشكلة الموسمية .

ب – توسيع النطاق :

حيث تتركز السياحة الدولية في مناطق معينة ذات عوامل جذب خاصة فمثلاً للأحداث الخاصة والمهرجانات أن تساعد علي زيادة انتشار الطلب السياحي في الأقاليم الأخرى وحتى إذا كانت الأحداث ليست بالقوة التي تجتذب السياحة الدولية إلا أنها يمكن أن تساعد في الدعاية للدولة بصفة عامة وفي تقديم برامج سياحية كاملة .

تنشيط عناصر الجذب والتسهيلات السياحية :

تحاول كل من المنتجعات والمتاحف والأماكن التاريخية والترفيهية والمناطق الأثرية والمراكز التسويقية ومراكز المؤتمرات والمتنزهات أن تضيف أحداث إلي برامجها لما بها من مزايا مختلفة منها :

١.تنشيط المنطقة فمثلاً من خلال أحداث ثقافية تجذب الأفراد إليها .
٢.حفز الزيارات المتكررة .
٣.تشجيع الأفراد علي إحضار أصدقائهم وأقاربهم .
٤.جذب الإعلام إلي المنطقة .

فنجد أن المنتجعات الشتوية واتي تشتهر بمسابقات التزحلق علي الجليد

ترغب في أن تصبح مقاصد سياحية طوال العام وليست في موسم واحد ، نجـد أن هذه المنتجعات تستغل بعض المناسبات مثل المهرجانات الفنية الشعبية فـي فـصل الصيف وتستطيع مثل هذه المناسبات جذب الدعاية للمنطقة وزيادة الطلب السياحي وتطوير الصورة السياحية للمنطقة .

وبالنسبة للمزارات التاريخية والثقافية ، ما الذي يدفع السائح إلـي العـودة لزيارة قرية محلية تاريخية ؟ إن هذه المزارات تـشترك مـع المتنزهـات parks والمتاحف في جعل معدل المكسب والخسارة أو معدل الجودة والرداءة هـو معـدل تكرار الزيارة .

حيث أن الخدمات التي تقدمها هذه المزارات ثابتة وتعتمد علـي زيـارات المجموعات المدرسية ومع ذلك فإن العديد من مديري هذه المـزارات اسـتطاعوا تحويل العرض البسيط النمطي لعنصر جذب يعتمد علي التفاعل بين الزائرين عـن طريق إحياء التاريخ واستخدام الأحداث التاريخية وخاصـة عـن طريـق تنظـيم المهرجانات والأحداث الخاصة الكبرى .

أما المتنزهات ذات الطابع الخاص فهناك قاعـدة أساسـية فـي تـسويق المتنزهات ذات الطابع الخاص وهي أنه يجب إضافة عوامل جذب جديدة بترتيـب زمني محدد يسمح برفع معدل تكرار الزيارة ، كما يمكن تحقيق نجاح مماثل عـن طريق تنظيم برامج ترفيهية منتظمة خاصة عندما تتضمن أسماء مشاهير بالإضافة إلي المهرجانات والأحداث الخاصة الأخرى .

الركيزة الثامنة : الفنـــون ..

البشر منذ بدء الخليقة على الأرض لجأوا إلى تلك الظـاهرة المدهـشة – الفن لأسباب كثيرة – حتى إننا لا نجد جماعة أو قبيلة – جنسا أو شعبا علـى مـر العصور إلا ونجد أن له فنه ... لدرجة انه يمكن أن نقول أن الإنـسان لا يـستطيع أن يعيش بغير فن ... معنى ذلك انه ما دام هناك إنسان اذن فهناك فن – إذا فهنـاك الإنسان الذي ينتجه الفنان يتمثل ذلك في المصور والنحات والزخرفـي والاديـب

والشاعر والموسيقار وهناك أيضا العمل الفني نفسه القطع الموسيقية – اللوحة – التمثال – بيوت العبادة ثم هناك المتلقي الذي يشاهد أو يسمع وأن يدرك هذا المتلقي ارتباط العمل الفني بالحجم والزمن فالعمل الفني يجب أن يقاس بالقيم الفنية التي يحملها بين طياته ثم التناغم والتوافق ووحده العمل الفني أما ما عدا هذا فليس من جوهر العمل الفني ، والفن ينتقل من القلة إلى الكثرة ومن الهام أن يدرك المتلقي مدى الفرق بين الفن الجميل والتطبيقي – والفن الجميل هو الفن الذي يتعلق بالنحت والتصوير والحفر والعمارة أي الفن المجسم في تمثال والفن المسطح الذي يؤلف صورة ، أما الفن التطبيقي فالمقصود به هو الفن الذي يخدم غرضا معينا يستعمله الإنسان في حياته كطباعة المنسوجات وزخرفة الأثاث والمصنوعات الجلدية ولا شك أن لكل عصر طرازه الذي يمثل في مجال الفنون لونا من السمات المميزة نلتمسه في مبانيه وتماثيله وصوره كما انه من المسلم له أن الفنون فيها ترويح وترفيه للإنسان حيث أنها تتجه بالنفس إلى أحاسيس وانفعالات ناتجة عن الشعور بالرضا والسرور الشخصي .

ومن وظائف الفن المرتبطة بالمجتمع تعريفه لنا بمدى تقدم ورقي الشعوب في العصور المختلفة ويمكن أن تعتبر الأعمال الفنية التي قام بها الفنانون المختلفون على مر العصور سجلا بعاداتهم وأعرافهم وأخلاقهم ودياناتهم فهي رموز مرئية للتاريخ القديم وذلك لان الفنان كان دائما متأثرا بما يدور في مجتمعه من عادات وتقاليد واديان .

هذا عن الفن بصفة عامة وما يهمنا هنا أن نتحدث عن الفن المصري القديم لان الفن في مصر القديمة أو الحديثة هو احد المرتكزات الأساسية والهامة التي يمكن أن تسهم بقدر وافر وبصورة مباشرة في عملية التنشيط السياحي – وقد تبين من دراسة الآثار والمتروكات التي وجدت في وادي النيل أن تاريخ الفن في مصر بدأ من العصور البدائية – حيث عثر على رسوم بدائية مسجلة على جدران الصخور العالية الموجودة على جانبي الوادي وتتكون هذه الرسوم من وحدات آدمية وحيوانية وتوضح مناظر الصيد المرسومة الاتجاهات التي كانت تدور بنفسية

الإنسان المصري الأول ، وقد بدأ الفن المصري كغيره من الفنون في بلاد العالم القديم في خدمة عقيدة البعث والخلود حيث آمن المصري القديم بوجود حياة ثانية أبدية بعد الموت وكان يعتقد أن الروح تعود إلى جسم الميت لذلك كان واجبا عليه أن يحافظ على جسده بعد الموت من التلف – فحنط الجسد واعتنى بتشييد المقبرة أكثر من العناية بتشييد مساكنه الدنيوية . كما يتضح أيضا تأثير المعتقدات الدينية في حياة قدماء المصريين في المعابد الكثيرة التي تبارى الملوك في إقامتها إرضاء للآلهة – لذلك تفانى في عمارة هذه المعابد وأقام فيها تماثيل تمثل الآلهة – لذا يمكن أن نستنتج أن الاعتقادات الجنائزية والدينية هي التي حدت بالفن المصري القديم أن يتبلور حول فكرة المقبرة والمعبد وكان هذا الفن الذي ازدهر لفترة طويلة دامت حوالي ثلاثة آلاف عام هو فن التشييد والبناء المعماري – واهم هذه الفنون تجسد في تشييد المقابر هرمية الشكل في عهد ملوك الأسرة الرابعة (خوفو – خفرع – منقرع) .

وكان لدى الفنان المصري مجال آخر في إظهار مقدرته الفنية في العمارة الدينية ويتضح ذلك في عمارة المعابد التي كثر ظهورها في مدينة طيبة عاصمة الدولة الحديثة وأشهر هذه المعابد معبد الملكة حتشبسوت بالدير البحري ومعبد الأقصر والكرنك بالأقصر ومعبدا ادفو ودندرة من العصر البطلمي – كما بلغت صناعة فن النحت درجة كبيرة من الكمال الفني في عهد الدولة القديمة – ثم بعد ذلك نأتي إلى الفن اليوناني الذي يوصف بأنه فن دنيوي من أجل الإنسان فبينما نجد أن اضخم آثار مصر القديمة بنيت بهدف تخليد الملوك – نجد أن اضخم الآثار اليونانية على الإطلاق المسارح التي تتسع لعشرين وثلاثين ألفا من المشاهدين الذين حولوا العمل المسرحي من مناسبة دينية إلى مناسبة دنيوية – يتعاملون من خلالها مع الفن والمجتمع والسياسة والقيم والمشاكل اليومية . أما الرومان فقد كان اهتمامهم بالفن ضئيلا وكان ينفقون المال في بناء الكباري والاسوار – والقنوات إلى أن أصبحت روما أكثر مدن العالم القديم عظمة في مبانيها وزخارفها – وكان الفن الروماني مستوحى من الفن اليوناني – إلا أن الفن اليوناني كان يحاول إبراز تصور الفنان للجمال فإن الرومان كانوا يركزون على تمجيد التاريخ الروماني

وإبراز عظمة روما . وتأتي بعد تلك المراحل مرحلة الفن القبطـي وينـسب اسـم الأقباط إلى أهل مصر الذين دخلوا في الدين المسيحي في فترة حكم الرومان للقطر المصري وهم الشعب المصري الذي كان موجودا في مصر بعد انقـضاء عـصر الحكام الوطنيين لمصر على يد الإسكندر المقدوني عام ٣٢٢ ق.م واستمر وجـوده في العصر اليوناني والروماني والمسيحي حتى الفتح الإسلامي – والفن القبطي نشأ وترعرع وتطور في خدمة الديانة المسيحية ويتميز الفن القبطي عن بقيـة الفنـون بأنه فن شعبي نبع من إحساسات الشعب المصري ولم يكن للدولة فضل كبير فـي ظهوره – اذن الفن القبطي هو احد طرز الفنون المسيحية التي انتشرت في الشرق والغرب بعد زوال العقيدة الوثنية الرومانية حيث وجد الفنـان المـسيحي الفرصـة والحرية والطمأنينة التي تسمح له بالتعبير في مجالات الفنون المتعددة وانتشر فـن التصوير الديني في الكنائس والأديرة حيث وجه الأقباط عناية كبيرة إلـى النحـت وزخرفة الجدران والمحاريب بالافريسكو الملون الذي يحتوي علـى موضـوعات مستمدة من قصص الأنبياء والأحداث الدينية ثم تأتي إلى العصر الإسلامي حيـث ولد الفن الإسلامي بظهور دين الإسلام وبلغ مرحلة النضج بعد انتشار الـدين فـي عدد كثير من البلاد التي فرض العرب سلطانهم عليها حيث اتسعت رقعـة الدولـة الإسلامية فشملت الشام والعراق ومصر وإيران كما انتشر الفتح الإسـلامي غربـا إلى الأندلس وشمال إفريقيا وشرقا إلى الهند واسيا الوسطى وكذلك انتشر شمالا في صقلية وبلاد القوقاز وجنوبا في بلاد اليمن .

وإذا أردنا التحدث عن الفن الإسلامي الذي كان من أوسع الفنون انتـشارا كان من الواجب علينا أن نتتبع ظهوره في هذه البلاد المختلفـة إلا أن فنـون هـذه البلاد كانت متشابهة في جملتها على الرغم من التباين الموجود في جزئياتها واهـم عصور الفن الإسلامي هما العصر الفاطمي والعصر المملوكي – ولكي نفهم الفـن الإسلامي يجب علينا أن ندرك الأسس التي قام عليها في نشأته وتطـوره فممـا لا شك فيه أن العقيدة الدينية كان لها اثر كبير في كراهيـة التـصوير للأشـخاص أو عمل تماثيل لهم – إلا أن الدين الإسلامي كان له دور كبير في ظهور كثيـر مـن الفنون وكانت العمارة بعناصرها المعمارية الزخرفية أول ميدان ظهرت فيه الفنون

الإسلامية بسخاء ولما أتى الفاطميون إلى مصر من شمال إفريقيا تطورت عمـارة المساجد تطورا كبيرا بعد إنشاء القاهرة وانشا الحكام الفاطميون مساجد كبيرة أهـم ما تبقى منها الأزهر التي تم بناؤه عام ٣٦١هـ-٩٧٢م وهو أقدم مساجد العاصـمة وجامع الحاكم – الاقمر – وجامع الصالح طلائع – ويحتفظ الجامع الأزهر بجميـع عناصر تخطيطه الأولى على الرغم من أعمال التجديد والإضافة التي لحقت به في العصور الإسلامية التالية ويعتبر العصر المملوكي الذي انتهـى سـنة ٩٢٣هـ-١٥١٧م الميلاد الذهبي لفن المعمار الإسلامي في مصر ويعتبر فـن المخطوطـات المصورة والتي تمتلك منها متاجف ومكتبات العالم الشيء الكثيـر مـن مميـزات الفنون الإسلامية الرفيعة – وإذا استطردنا في استعراض الفنون الإسـلامية تجـد الفنون التطبيقية وفنون صناعة الخزف وصناعة الأواني الزجاجية والتي بدأت مـن عصور ما قبل الإسلام وتطورت تطورا كبيرا في مصر من بداية العصر الفاطمي حتى نهاية العصر المملوكي ثم إنتاج التحف المعدنيـة وصـناعة النـسيج وطبـع المنسوجات والسجاد الذي يعتبر احد روائع الفن الإسلامي لما تميز بـه مـن دقـة واتقان وتصميم والنقش على الخشب واستخدام العاج في زخرفة التحف الخشبية أما الفسيفساء والمشتق هذا الاسم من أصل يوناني فلم يترك الفنانون المـسلمون هـذا الجانب من الفن إلا وتركوا فيه سجلا مرموقا وظهرت عنايـة الفنـانين المـسلمين بالخط العربي والتذهيب .

كل هذا البحر الواسع بل المحيط الزاخر بكل أنواع الفنون وعلـى مـدى الحقب التاريخية التي مرت بمصر إلا بوحي بان الفن هو نتاج الاسـتقرار الـذي تحقق للإنسان المصري القديم والى عصرنا الحالي – ويهمنا أن نوضـح أن الفـن ومنذ نشأته وهو يخطو خطوات ثابتة نحو تأكيد أصالة وإبراز خصائصه والالتـزام بضوابطه الأمر الذي يجعل من الفنون ميدانا خصبا ومجالا واسعا لكل العاملين في التنشيط السياحي لاعمال فكرهم وشحذ همتهم وهممهم لإرسـاء مجـالات عديـدة لابرازها كاحد عناصر أو ركائز عملهم ويأتي ذلك مـن خـلال تفعيـل مـا ورد بلائحتهم من الدعاية في الداخل والخارج وإقامة المعارض التي يمكن أن تـستوحى من الفنون التي ذكرناها وكذلك المهرجانات وان تكون نشرات الدعايـة متـضمنة

تاريخ الفن في مصر وفي محافظاتها المختلفة وتفكير المختصين في الاستفادة مــن الفنون المختلفة ستكون بمثابة قطعة من القماش كبيرة المساحة وتحتاج إلى تــرزي أو مقصدار فنان ليفصل من هذه القماشة أجمل حلة واروع زي لتلبسه الحــضارات المختلفة فتبدو في صورة جميلة كعروس في ليلة عرسها .

ولا نستطيع أن نختم هذا الجزء عن الفن ودوره في تنشيط السياحة لمصر دون أن نتعرض للفنان الذي كان يرسم على جدران المقــابر فكــان يخطــط أولا بالحبر الأحمر ثم يرسم ويصحح بالحبر الأسود وفيما يتعلق بالقلم الــذي يــستخدمه الكاتب فكان يصنع من نبات الحلفا المعروف في اللغة المــصرية القديمــة وفيمــا يتعلق بالمادة التي يتم الكتابة عليها فكان هناك البردي والاستراكا والعظــم والعــاج غير أن أكثرها شيوعا كانت البردي والاوستراكا وكانت صناعة الورق من نبــات البردي علامة بارزة على طريق الحضارة وكانت نقلة كبيرة في حياة الإنسان فبدلا من النقش على الحجر وما يمثله من جهد ووقت بالإضافة إلــى أن الكتابــة علــى الحجر ليست عملية في شيء فالخطأ وارد وتصحيح الخطأ وارد وتصحيح الخطــأ صعب ويتطلب أحيانا استبدال الحجر كما أن نقل الحجر حتى إلى المسافات القريبة يمثل عبئا كبيرا – لقد سهل ورق البردي نقل الثقافة والعلم والاخبار من مكان إلــى مكان داخل مصر كما لعب دورا كبيرا في تسهيل الاتصال بين مصر ودول العــالم الخارجي فاسهمت مصر القديمة في امداد الحضارات الأخــرى بمــا لــديها مــن حضارة مكتوبة على ورق البردي – ولان البردي كان اختراعا فنيا مصريا اصيلا فقد جرى تصديره من مصر إلى بعض الدول المحيطة بها – وهنــاك تــصور أن ميناء بيبلوس (جبيل حاليا) في لبنان يحمل اسما محرفا عن الاسم المصري القــديم واليوناني للبردي ((بابرعا)) وبايبيروس ولا شك أن هذا الميناء كان ميناء تصدير هذا الورق إلى دول حوض البحر المتوسط ولا نعجب إذا إذ كتب فيلسوف يونــاني لزميله قائلا ((لم نعد نستطيع أن نكتب لان البردي لم يعد يصلنا من مصر)) .

فالفن إذا احد المنطلقات الهامة للعملية التنشيطية ويمكن أن يــستفاد منــه وتفعيله لاعطاء كل فناني العالم وكل معجب للفن بالمادة الدسمة التي تمكن هــؤلاء

وهؤلاء أن يكون دافعا لزيارة مصر ويمكن عمل متحف متخصص للفنـون عبـر عصور مصر التاريخية يودع فيها أما نماذج من أنواع الفنون المختلفـة أو حتـى قطع أصلية مكررة – وقد تم الأخذ بهذا الفكر في المتحـف القـومي بالإسـكندرية الذي يجمع كل الحضارات في طوابقه الثلاثة ولكن ما ننادي به هنـا هـو متحـف الفنون المختلفة في العصور المتعاقبة .

الركيزة التاسعة : أماكن الإيواء ..

الإيواء لفظ مشتق من كلمة "أوى" المكان واليه أويا أي نزله أو لجـأ وأوى فلانا أي انزله عنده (آوى يؤويه إيواء) أي اسكنه وانزلـه وتـآوى القـوم أي آوى بعضهم إلى بعض والمأوى الذي يؤوى إليه . والفنادق والبنسيونات ومـا يماثلهـا حينما تستقبل النزلاء وتقدم لهم المأوى والطعام والشراب تنسأ بينها وبينهم علاقـة تعاقدية اصطلح على تسميتها عقد الإيواء ويمكن تعريف عقد الإيواء بأنه بموجبـه يقدم احد المتعاقدين (الفندق) للمتعاقد الآخر (النزيل) المأوى والمأكـل أو المـأوى فقط خلال مدة معينة لقاء اجر أو مقابل معلوم .

هذا تعريف لكلمة الإيواء ومشتقاتها والايواء هو المرادف الحالي للفندقـة والاقامة سواء في الفنادق أو المنتجعات أو البنسيونات أو بيوت الشباب أو النـزل وهي أيضا المرادف لكلمة الضيافة والتي أصبحت الآن صـناعة الـضيافة التـي صارت ركنا ركينا من أركان صناعة السياحة فهذه الصناعة ظاهرة إنسانية قديمـة ارتبطت بالسفر والترحال لأسباب مختلفة سواء للتجارة أو للحج أو للاسـتمتاع أو لأي سبب آخر من أسباب السفر والـسياحة التـي تعـددت الآن والـضيافة الآن أصبحت ظاهرة عالمية مركبة من عدة قطاعات وصناعات ولـذلك وجـب علينـا ونحن نورد الضيافة أو الإيواء أو الفندقة كأحد مرتكـزات التنـشيط الـسياحي أن نعرض تحليلا شاملا ومتكاملا وتاريخيا أيضا عن الـضيافة أو الفندقـة أو أمـاكن الإيواء – ولعل مؤلف الاستاذة الدكتورة منى عمر بركات العميـد الأسـبق لكليـة السياحة والفنادق تحت عنوان صناعة الضيافة بين الحاضر والماضي – قـد قـدم عرضا شاملا وتحليلا وافيا لصناعة الضيافة تاريخيا وحديثا – فكلمة الـسفر التـي

توحي الآن بالمتعة والمغامرة كانت تعني في الماضي الكد والعناء فكلمة Trouel مشتقة من الكلمة الفرنسية Travoil وكان الرومان أول من سافر على اليابسة لسفريات بعيدة لرغبتهم في التوسع في الإمبراطورية الرومانية وقد مهدوا وبنو أول طريق في سنة ٣١٢ ق.م وفي عام ٢٠٠ بعد الميلاد كان للرومان طرق سريعة تمر خلال الإمبراطورية ولعل ذلك هو الذي اوجد عبارة ((كل الطرق تؤدي إلى روما)) وقد سافر اليونانيون القدامى للاشتراك في الألعاب الاوليمبية وبترسيخ الديانات والمعتقدات الدينية المختلفة أصبحت رحلات الحجج شائعة فالمسلمون يسافرون إلى مكة والمسيحيون يسافرون إلى بيت لحم والأماكن المقدسة – وبحلول القرن الثالث عشر أصبحت التجارة هي الغرض الأساسي للسفر وخلال عصر النهضة أي بداية القرن الرابع عشر أصبح السفر بغرض الثقافة والفنون هو الأكثر شيوعا – وأصبحت باريس وفينيسيا وميونخ وفيينا هي المقاصد السياحية الهامة ، وأنشئت المنتجعات ومراكز الاستشفاء لاستقبال السياح من كل مكان . وبتطور العلوم والمخترعات الحديثة وانضمام القطارات والسيارات والسفن التجارية ثم الطائرات أصبح السفر على بعد مرمى حجر من أي من راغبي السفر ولا يتطلب الأمر إلا ابداء الرغبة والمقدرة على تكاليف الرحلة خاصة وان هذه الوسائل قربت المسافات وقللت الوقت اللازم للانتقال من مكان إلى مكان أو من بلد إلى آخر – ومن هنا نشأت الفنادق والمطاعم لخدمة المسافرين وكانت أمريكا من أولى بلدان العالم التي بدأت بناء الفنادق – ولعل تأخر ظهور الفنادق في الشرق قديما كان بسبب أن دول الشرق وحضارتهم كان من أهم صفاتها والى يومنا هذا اكرام الضيف ومن هنا جاءت كلمة Hotel وهي مشتقة من كلمة Hospital وكذلك كلمة Hospitality وهي لفظ باللغة الفرنسية تعني تقديم الرعاية والمأوى للمسافرين .

أما أصل كلمة فندقة فلم يرد في اللغة العربية وكان مكان إقامة المسافرين يسمى الخان أما أصل كلمة فندقة فهو مشتق من اللغة اليونانية من كلمة Pandoketa أو Pemdobia بعد أن وجدت علاقات بين الإمبراطورية اليونانية وباقي شعوب الشرق وزيادة حجم التجارة فإذا انتقلنا إلى مصر والإسكندرية في

العصر الأيوبي حيث اسبغ صلاح الدين الأيوبي على ثغر الإسكندرية عنايته الملحوظة مما كان لها الأثر على المدينة ورفاهية أهلها وازدياد عمرانها ونشاط تجارتها الخارجية – وقد زاو المدينة الرحالة اليهودي بنيامين التطيلي في السنوات الأولى لحكم صلاح الدين ٥٧٧هـ–١١٨٢م – كما زارها الرحالة ابن جبير بعد ذلك بنحو ١٧ سنة وهناك وصف للمدينة من كل من بنيامين التطيلي وابن جبير وهذا الوصف بين عمرانها وجمالها وهو وصف صادق ايدته الرسومات التي رسمت المدينة في العصور الوسطى في القرنين الخامس عشر والسادس عشر – إلا انه ما يهمنا في هذا المجال أن في وصف ابن جبير إشارة إلى نوع جديد من المنشآت عرفته الإسكندرية والثغور المصرية في العصور الوسطى وهو الفنادق التي كان يأوى إليها تجار الممالك والدول الأوروبية المختلفة ويسكنون في اعاليها ويعرضون بضاعتهم في أسفلها – وقال بنيامين "وتاتيها من الهند التوابل والعطور بأنواعها فيشتريها تجار النصارى – ولتجار كل امة فندقهم الخاص بهم ، وهم في ضجة وجلبة يبيعون ويشترون وهو وإن لم يشر في وصفه إلى مكان هذه الفنادق أو يصفها إلا إننا نستطيع أن نرجح أنها كانت تقوم داخل المدينة بالقرب من باب البحر الذي كان يطل على الميناء الشرقي مباشرة وهو مكان رسو سفنهم أي حيث يقوم حي المنشية وشارع الميدان حاليا .

أما الأمير قجماس الاسحاقي الظاهري وهو من سلاطين المماليك الذي ولي نيابة المدينة من سنة ٨٧٥هـ إلى ٨٨٠هـ فإن المراجع تذكر انه بنى بها مسجدا خارج باب رشيد وأنشأ إلى جانبه تربة له – وخانا يأوي إليه المسافرين لينالوا شيئا من الراحة قبل دخولهم المدينة .

وإذا انتقلنا بالزمن من القرنين ١٥ ، ١٦ إلى القرن الثامن عشر حيث ولي محمد على باشا واليا على مصر في عام ١٨٠٥ فبدأ عملية تحديث وتطوير مصر وقد شغف محمد على باشا حبا بمدينة الإسكندرية لموقعها الممتاز ولاهميتها الحربية والتجارية وبنى في الطرف الغربي من جزيرة فاروس قصرا عظيما وهو المعروف بسراي رأس التين الذي كان يتكون من الحرملك والديوان والحجرات

الخاصة بمحمد على والمسافرخانة التي أعدها لضيافة كبار الزائرين والمسافرين واكرامهم .

وقد أنشأ محمد على مصلحة المرور ومن اغرضها الإشراف على الطريق البري من اجل تنظيم حركة المرور بين القاهرة والسويس وتم وضع ابراج تلغرافية – حيث كان لهذا الطريق الأثر الواضح على جميع مظاهر النشاط السياحي وأنشأت الفنادق في كل من القاهرة والسويس وكان المسافرون بالطريق البري لا يتجهون مباشرة من الإسكندرية إلى السويس بل كانوا يقضون يومين في القاهرة لزيارة معالمها ثم يستأنفون رحلتهم إلى السويس ومنها إلى طريق الهند البري واهتم محمد على بالطريق البري بين قنا والقصير وشيد دار للضيافة عند القصير وعين الموظفين للاشراف عليها واعفى السائحين من دفع اجرة النقل بين القصير وقنا واقتصر معظم النشاط السياحي على ما يعرف بسياحة الترانزيت حيث كان بعض السياح يقصدون مصر خصوصا لمشاهدة ما بها من آثار – هذه الحقيقة يشير إليها الجبرتي عند تسجيله لحواره سنة ١٢٣٢هـ حيث يقول إن طائفة الإفرنج الانجليز قصدوا الاطلاع على الأهرام المشهورة الكائنة بين الجيزة وقرى الفسطاط لطبيعتهم ورغبتهم في الاطلاع على الأشياء والمستغربات . والسائحون في عهد محمد على من الشخصيات البارزة الرفيعة المقام ويعاملون معاملة كريمة ويقابلون الحاكم الذي كان يخصص لهم قصوره .

وقدوم السياح إلى مصر وانتقالهم لمشاهدة المعالم السياحية لم يكن يتم بدون وجود ضوابط تحكم ذلك – إذ تشير الوثائق إلى انه كان من الضروري حصول السياح على تصاريح تبيح لهم حرية التنقل والإقامة في البلاد واستعمل السياح وسيلة الانتقال من الإسكندرية إلى القاهرة القوارب النيلية وقام محمد على بتعيين بعض الحراس لمرافقة وحماية من يقوم بزيارة الأهرام – وترجع زيادة تعداد السياح في عهد محمد على إلى انتشار الأمن داخل المجتمع المصري فزادت المنشآت السياحية المرتبطة بإقامة السياح – حيث تعددت الفنادق بالإسكندرية وانشئ بها ثلاث فنادق بجانب الفندقين الموجودين بها من قبل وهذه الفنادق هي :

(١) فندق الهلب المثلث . (٢) فندق السيدة هيوم Hume . (٣) فندق أوروبا . (٤) فندق الشرق . (٥) فندق سويسرا .

أما القاهرة فكان بها ثلاثة فنادق اقدمها : (١) فنــدق موهــاي MOHAI الذي أنشئ في مدة وجود الحملة الفرنسية على مصر ١٧٩٩-١٨٠١ ، (٢) فنــدق شبرد سنة ١٨٣٤ ، (٣) فندق جاردينو الذي أنشأه احد الايطــاليين الــذين كــانوا يعملون في خدمة محمد على – فكان من مظاهر النشاط السياحي ما بذل في عــام ١٨٤٥ من تقدم للفنادق .

الركيزة العاشرة : الإعلام والإعلان السياحي ..

الإعلام والإعلان مرتكزين من أهم مرتكزات التنشيط الــسياحي ويــدخل ضمن الإعلام المطبوعات والنشرات الدعائية والإعلامية والكتيبات والكتب وحاليــا أصبحت شرائط الفيديو والمدمجات C.D من أهم وسائل الدعاية والإعــلام والتــي لديها قوة خارقة وعندما يجري الحديث عن النهضة السياحية لأي دولــة لابــد أن نتذكر على الفور الدور الكبير الذي تساهم به العلاقات العامة والإعلام السياحي في حملات الترويج والتسويق – وإذا كانت الإعلانات المدفوعة التي تتولاها الشركات العالمية المتخصصة تعتمد على التصميمات الجذابة وإبراز الإمكانيــات الــسياحية سواء كانت حضارية أو تراثية أو طبيعية فإن الإعلام غير المدفوع يمثل العنــصر الأقوى في التأثير على توجهات السائح .

هذا وتسعى الدول السياحية لاسيما الدول النامية إلــى جــذب الاتحــادات والتنظيمات الإعلامية في الدول المصدرة للسياح إلى عقد مؤتمراتها واجتماعاتهــا على أراضيها وتقديم التسهيلات الممكنة التي تشمل تنظيم جولات سياحية لعــرض منتجها السياحي – ومن ناحية أخرى تمثل المؤتمرات والأحداث الــسياحية التــي تقيمها الجامعات وهيئات تنشيط السياحة والهيئات المهتمة بتنمية صناعة الــسياحة فرصة للالتقاء بممثلي الإعلام الصحفي والإذاعي والتليفزيوني ووكــالات الأنبــاء للرد على الاستفسارات وانتهازها فرصة لعرض الإمكانيــات الــسياحية . وتــشير الإحصائيات إلى أن المقالات والتحقيقات التي تنشر في وسائل الإعلام التي يعمــل

بها أعضاء التنظيمات والاتحادات الدولية تساهم في ارتفاع معدلات التدفق السياحي بنسب طيبة – والحقيقة أن الإعلام السياحي يستطيع وباقتدار أن يعالج مشكلة الوعي السياحي التنموي فمازالت المشكلة الأعمق في مصر لا تزال تتعلق بالسلوك العام في مواجهة قضية السياحة فرغم الطيبة المتأصلة في الشعب وكرم الضيافة والبشاشة التي يتمتع بها الشعب المصري إلا أن الفهلوة ومحاولة سلخ السائح أو اعتبار أن السائح ذبيحة يجب امتصاص آخر قطرة من دمائها أو حتى إفراغ جيوبه من آخر سنت أو مليم يحمله تجعل عوامل الطرد أكثر من عوامل الجذب ، وأستاذنا سيد موسى في كتاباته السياحية جزء ١ أشار إلى التعبير الرشيق الذي استخدمه المفكر السياحي الكبير آرثر هولو البلجيكي الجنسية والذي شغل لسنوات طويلة منصب القومسيير العام للسياحة في بلده فقد ورد على لسانه في محاضرة ألقاها في دورة تدريبية في أواخر الستينات أن المنتج السياحي لأي بلد هو مجموعة من الذكريات يرجى أن تكون طيبة ترسبها البلد المزار في ذهن السائح الوافد إليها ،والإعلام هنا له اليد الطولى لتغيير المفاهيم لدى الجماهير وتوضيح أهمية السياحة بالنسبة للاقتصاد القومي وتعريف الجماهير بطرق التعامل مع السائحين الأجانب والاهتمام بقضية النظافة والجمال والتشجير والمحافظة على الأماكن الأثرية والسياحية .

وإذا أردنا أن نوفي الإعلام حقه فلابد لنا أن نعرض ملمحا تاريخيا عن الإعلام أو نبذة عن تاريخ العلاقات العامة وهي المرادف للإدارة الناجحة في أي مؤسسة واهم وسائلها هي المفردات الإعلامية من صحف ونشرات والوسائل الأخرى والتي من خلالها توجد عملية الاتصال بين الإدارة والجمهور – وتاريخيا كان الملوك والكهنة في الحضارات القديمة يولون عملية التأثير في أفكار الناس أعظم اهتمام – وإذا استجوبنا التاريخ عن العلاقات العامة في مصر الفرعونية لأجابنا بان الملوك والكهنة والفنانين قد اهتموا بها أعظم اهتمام – فمن أوراق البردي المصرية التي يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد يتضح لنا مبلغ اهتمام الحكام المصريين القدماء بإثارة ميول شعوبهم وجذب اهتمامهم وتحريك الشوق فيهم – وقد وجدوا في طيبة وبعض المدن المصرية القديمة أوراقا

من البردي نشر عليها قانون يحرم البغاء ويعرض طرق مقاومة الدولة له وإنـزال العقاب الرادع بمن يرتكب مثل هذا العمل الشائن ، وقد عرف اليونان أهمية التأثير في الناس وخاصة عن طريق الخطابة والجدل – وقد آمن الإسكندر الأكبر بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الناس فكان يجعل في ركابه طائفة من الخطباء والشعراء والكتاب والمفكرين ويعلن على الناس إيمانه بأديانهم ، كما فعل نـابليون بعد ذلك عندما جاء إلى مصر ومعه علماؤه وفنانوه ومطبعته وأشـهر للنـاس انـه يؤمن بالإسلام وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم وقد كـان يـؤمن بقوة الكلمة المطبوعة وخطر الأحداث المصنوعة وأهمية وسائل الإعلام وأثرها في نفوس الناس .

وعندما تولى محمد على مقاليد الحكم في مصر عـام ١٨٠٥ كـان يـرى بعبقريته الفذة ما يراه خبراء العلاقات العامة الآن من ضرورة العمـل مـن اجـل التفاهم وإقامة علاقات الود بالجماهير لكي تنجح المشروعات ويتقدم تقدما ملموسـا – وهكذا بدأ محمد على في تنفيذ مشروع الإعلام والتفاهم عن طريق إصدار تقرير دوري يسمى "الجرنال" وكان هذا الجرنال يحتوي على معلومات دقيقة عن حـساب الأقاليم وشئونها الإدارية – وهذا الجرنال يعد بلا شك وثيقة تاريخيـة لأول نـشاط مقصود في مصر لإنشاء علاقات عامة بين الحكومة وكبار موظفيها – أما الوثيقـة الثانية التي يعتز بها مؤرخو العلاقات العامة في مـصر فهـي صـحيفة الوقـائع المصرية التي صدرت لأول مرة في ٣ ديـسمبر ١٨٢٨ وختامـا لهـذا المـوجز التاريخي عن الإعلام والعلاقات العامة فنشير إلى ما نشر بجريدة الأهرام في عـدد ٣ يناير ١٨٩١ أي منذ مائة وستة عشر عاما مـا هـو آت "كثـر عـدد الـسياح والمنتظر عدد عظيم أيضا ولاسيما أخبار سوريا تفيد ملاشـاة الوبـاء والحمـد لله تعالى ولا نعجب مع الوقت أن ترى مصرنا في السياح أعظم إيـراد وتكـون فـي إفريقيا سويسرا الثانية للسياح فلا نرى في القاهرة إلا فنادق ومنازل مفروشة معـدة للغرباء ولهذا نرى كلما تساهلت الحكومة في تسهيل العقبات أمـام الـسياح كلمـا خدمت البلاد والخزينة فإن الأرباح لا تنحصر في الأهليين وحدهم .

وخبير الإعلام السياحي هو المايسترو الذي يجمع في يده وسائل الاتصال بالجماهير سواء كانت الجماهير الداخلية أي أبناء الوطن أو الجماهير الخارجية أي السياح القادمون للاستمتاع وعليه أن يختار أقواها بالنسبة للجمهوريين فما يصلح للجمهور الداخلي قد لا يصلح للجمهور الخارجي وان يعرف كيف يختار الوسائل المناسبة في الوقت المناسب أيضا بحيث يكون التأثير النهائي جميلا ومؤثرا وبذلك يتمكن من أداء رسالة .

ومنذ الحرب العالمية الأولى يركز الإعلام على الصور على أنها من أهم وسائل نقل الاخبار وتوسعت الصحف في استخدام الصور إلى أن أصبحت تزاحم أعمدة الاخبار وقد استفادت الإعلانات من الصور إفادة كبيرة بحيث يمكن القول بان الإعلان عبارة عن مزج من الصور والكلام المكتوب – وفي مجال الإعلام السياحي التنموي أصبحت الصورة وسيلة مهمة وفعالة لتحقيق أهدافها فهي تتيح الفرصة للسياح لتأملها وبقدرتها على توصيل الفكرة أو الرسالة وبقدرتها وهذا هو الأهم في الوصول إلى السائح الذي يجهل قراءة ما كتب تحتها وهي السمة الغالبة في المجتمعات السياحية بدول العالم الثالث – وهناك فرق بين الصورة والرسم الأولى تصور أشياء أو مناظر حقيقية لمواقع سياحية أما الثانية فتمثل أو تعبر عن معلومات تدل على الإقبال على تلك المواقع والصور والرسوم تعتبر إحدى وسائل الاتصال الصامت التي تخاطب حاسة البصر .

ووسائل الإعلام السياحي كثيرة ومتعددة ولكن أهمها على الإطلاق الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما ولابد وان نعقد مقارنة بين كل هذه الوسائل لان لكل منهم مميزات قد لا توجد في الوسائل الأخرى .

أولا : الصحافة.....

تمثل الكلمة المطبوعة الواسعة الانتشار التي تصل إلى القراء وفي قنوات توزيع منتظمة ولكن لا يستفيد منها سوى القارئون أما الأميون فمحرومون منها ومن أهم وظائفها في مجال الإعلام والدعوة وتكوين رأي عام تمارس الوعي بأهمية تنشيط السياحة – وتأكيد الدور الوظيفي للتنمية السياحية – ولذلك أصبحت

الصحافة من أهم الصناعات الإعلامية التي تحاول أن ترضي جماهيرها ولأنها تستهدف الوصول إلى اكبر عدد من القراء فإنها تنشر الأنباء المثيرة والقصص التي تتوفر فيها العوامل النفسية المؤثرة أو التي يشعر فيها القراء بأنفسهم – والخبر الصحفي من الأسس الهامة التي يعتمد عليها الصحفيون لإدراكهم قيمة الخبر وصحة وصدق الخبر هما أهم صفاته – أما الدقة في نشر الخبر فهي من الأمور البالغة الأهمية وهي عامل مكمل لصحة وصدق الخبر وأيضا أن يكون حالي أي لا يكون قد مضى عليه وقت طويل فالناحية الزمنية من أهم النواحي التي يوزن بها الخبر ويستثنى من ذلك الأحداث التاريخية التي تهم قطاعا كبيرا من القراء ومن الممكن أن يرتبط الخبر الحالي بالأحداث التاريخية – وهناك أخبار لا تستحق النشر وهناك مهمة الصحفي المحنك والأخبار التي تتصل بحياة القراء اليومية تلاقي إقبالا عظيما واكبر من تلك التي لا تتصل بهم – والخبر الصحفي الذي يتصف بالإثارة وبالضخامة – كما أن الطرافة من الأمور المستحبة لدى القراء .

ثانيا : الإذاعة ...

تعد الإذاعة أكثر وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا والإعلام الأكبر والأقدر على اجتياز المسافات والوصول إلى أعماق الريف أو بوادي الصحراء التي قد لا يكون للصحف فرصة الوصول إلى هذه المناطق والإذاعة صالحة للاستعمال الفردي والجماعي خاصة بعد تطور أجهزة الراديو رخيص الثمن – ووفقا لإحصائيات اليونسكو فإن لدى العالم العربي ما يزيد على ١٢٠ مليون جهاز استقبال – فالراديو اقدر الوسائل الإعلامية والتوجيهية والثقافية والترفيهية رخيصة التكاليف بالنسبة لجماهير يغلب عليها طابع الأمية التي تنقصها القدرة على القراءة أو حتى الأمية الثقافية لمن يستطيع القراءة – والبرامج الثقافية السياحية التي يستخدم فيها الراديو تعتمد أساسا على الإذن – وفي برامج الإعلام السياحي يجب أن يصحبها مجموعة من الكتب والكتيبات والنشرات توزع عن طريق المكاتب السياحية ويقوم بإعدادها أجهزة التنشيط السياحي ويعلن في الراديو عن

توافر هذه المواد الإعلامية في المكاتب والمواقع التي يسهل وصول السياح أو المواطنون إليها كمكاتب التنشيط في الموانى والمطارات ومحطات السكك الحديدية ويمكن أيضا أن توضح في مكاتب خاصة تنشأ في نهايات محطات المترو والأتوبيس وفي الجامعات والكليات والمدارس وان كان هناك من يستنتج بان تكلفة إنتاج هذه النشرات والكتيبات والصور تكلف كثيرا في طباعتها فإن الرد على ذلك بان الفائدة التي ستعود على النشاط السياحي من وجود مثل هذه المواد والتي يعلن عنها في الإذاعة أكبر بكثير من تكاليف طباعتها ويمكن أيضا أن تسهم الإذاعة بالإعلان أن الفنادق يوجد بها هذه المواد الإعلامية وان تقدم برامج سياحية ومسابقات وتقدم جوائز الأمر الذي يثير المستمتع والمتابع للإذاعة إلى الاشتراك بغية الاستمتاع بحل ما يطرح من أسئلة في المسابقات ويريد الاستمتاع عند الفوز في هذه المسابقات – والإذاعة تلعب دورا رئيسيا في نقل الأحداث السياحية كالمسابقات الرياضية أو المهرجانات أو العروض الفنية المرتبطة بالمواقع السياحية والإذاعي القدير هو الذي يكون ملما الماما كاملا بكيفية هذه الاحتفالات وبالأشخاص المشتركين في الاحتفالات وان يرسم بالصوت صورة جمالية وحية من موقع الأحداث أو المسابقات أو الاحتفالات سواء كانت رياضية أو فنية أو ثقافية فالإذاعة لها دور مشكور وغير منكور في العملية التنشيطية .

ثالثا : التليفزيون...

يعد التليفزيون أقوى وسائل الإعلام وأكثرها اجتذابا للمشاهدين واقدرها على أداء أي وظيفة تتطلب الصوت والصورة معا وبالرغم من أن التليفزيون هو احدث وسائل الاتصال الجماهيري وهو أيضا أفقر وسائل الإعلام مدة وبالرغم من ذلك فانه يستخدم بدرجة عالية في البرامج السياحية وقد أجريت تجارب كثيرة في كل من فرنسا واسبانيا وتركيا وانجلترا وايطاليا وتجارب أخرى في الدول النامية سياحيا وتبين فعالية استخدام التليفزيون في الإعلام السياحي .

وإذا تركنا جانبا تكاليف الإرسال التليفزيوني الباهظة فهي حوالي عشرة أمثال الإرسال الإذاعي وارتفاع أثمان أو أسعار التليفزيون عن الراديو وحاجتها

إلى وجود الكهرباء في معظم الأحوال فإن التليفزيون يعتبر الوسيلة المثلى من وسائل الإعلام في خدمة السياحة وهو يفوق الراديو نظرا لأنه يستخدم الصوت والصورة معا – ويمكن للمشاهد أن يرى المناطق السياحية الجاذبة للتدفق ويرى التفاصيل والإيضاحات التي تقدمها البرامج السياحية وفيها يتكون الإلحاح على عينيه وأذنيه معا – وفي الولايات المتحدة وكل دول أوروبا برامج تستخدم في الإعلام السياحي – إذا نستطيع أن نقرر أن الإعلام السياحي هام جدا مع ضرورة اعداد برامج جديدة تواكب التطورات السياحية ومثل هذه البرامج يمكن أن تتحول إلى برامج جذب سياحي – وفي هذا المجال تجري في مصر حاليا تجربة لاستخدام التليفزيون كعامل مساعد لرفع درجات الوعي الجماهيري بأهمية السياحة كرافد للاقتصاد القومي ولزيادة الدخل الفردي – ولابد أن يكون الإعلام السياحي للوطن كله فالتليفزيون ينشأ في كنف الدولة وعليها أن تسهم إسهاما ايجابيا في تفعيل الدور الإعلامي للتليفزيون في التنشيط السياحي .

رابعا : السينما ..

السينما من أقوى وسائل الاتصال بالنسبة للأطفال والشباب وأثبتت البحوث التي أجريت في اغلب دول العالم أن ثلثي رواد السينما من الشباب دون الثلاثين وقد أشارت هذه البحوث إلى أن الوسائل السمعية والبصرية كالأفلام الناطقة تمتاز بتأثيرها القوي بحكم واقعية الصورة وحيويتها وللسينما انعكاسها الفكري والفني الخطير على كل وسائل الإعلام الأخرى لأنها تتضمن كل الفنون التشكيلية والتطبيقية والأدب والموسيقى التصويرية والمؤثرات الصوتية وغير ذلك ولعل تعدد الأفلام السياحية السينمائية ينهض كدليل حي على تغلغل السينما في جوانب الحياة الإنسانية وانعكاس تلك الجوانب على قوامها الفني ، فهناك الفيلم الموضوعي الذي يتعامل مع قضايا السياحة ويصور حياة الاستجمام والترويح بكل ما فيها وهناك الفيلم التسجيلي الذي يسجل الواقع الاجتماعي للمنشآت السياحية ولمراكز التدفق السياحي .

وهناك الفيلم السياحي والذي يعرض لجمهور السياح في لغة عربية أو

أجنبية سلسلة من الصور المتحركة فهذا الفيلم السياحي يحكي قضية عن قرية سياحية أو منتجع سياحي أو متحف أو مركز من مراكز الغطس أو أي منتج سياحي آخر وجمهور هذا الفيلم من السياح الأجانب أو المصريين كتلك الأفلام التي نشاهدها عن الغردقة وشرم الشيخ والأقصر وأسوان والإسكندرية والتي كان لنا سبق إنتاج مثل هذه الأفلام بعد منتصف الثمانينات وأتيحت لنا عرضها على الجماهير الأجنبية في بورصة السياحة العالمية في برلين وكان تقديم هذا الفيلم من الفنان العالمي عمر الشريف الذي تحدث عن الإسكندرية باللغات العربية والانجليزية والفرنسية – وقد اهتم جمهور السياح من مختلف دول العالم بهذا الفيلم أثناء عرضه بصفة مستمرة في جناح الإسكندرية بهذا المعرض الدولي وكانت تلك هي أول مرة تشارك فيها الإسكندرية في هذا المعرض بصفة مستقلة ولها جناح خاص بها .

ومن جماع ما تقدم يبدو أمامنا أبعاد وأهمية دور الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما في عملية التنمية السياحية – وعلى ذلك نوجز ونحدد الدور الهام للإعلام بصفة عامة في المجتمع السياحي فيما يلي :

١. يقوم الإعلام أساسا على نقل الأفكار الخاصة بطبيعة العمل السياحي وتوصيل هذه الأفكار للمتلقين لكي يتحقق من ورائها سلوك محدد أو استجابة معينة ويكون العمل الإعلامي ناجحا إذا تحقق السلوك أو تحققت الاستجابة على النحو المتوقع أو المأمول من وراء نقل هذه الأفكار وتوصيلها .

٢. يرمي الإعلام السياحي ببرامجه المختلفة وأدواته المتعددة إلى الوقوف في وجه احتمالات اللبس أو سوء الفهم لدى الجماهير والسياح وذلك عن طريق تقديم المعلومات الصادقة والواقعية التي تؤدي إلى مزيد من المعلومات الطيبة والود والصداقة وتجعل الباب مفتوحا أمام الطرفين المضيف والسائح تنساب إليهم المعلومات المبصرة والمرشدة .

٣. يرتبط الإعلام السياحي بهدف تغيير الاتجاهات والقيم أو صقلها وتهذيبها من ناحية وتهيئة المناخ لاستقبال التدفق السياحي بهدف تغير الاتجاهات والقيم أو

صقلها وتهذيبها من ناحية وتهيئة المناخ لاستقبال التدفق السياحي من ناحية أخرى كما يحقق الانفتاحية بين الجماهير والسياح .

٤. يعد الإعلام السياحي التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت أي انه أداة للمخاطبة المتجاوبة مع المستويات العقلية المختلفة في الداخل والخارج إذا الدعاية تعتبر احد المرتكزات الهامة والمنطلقات الضرورية للعملية التنشيطية ولجذب أفكار الشعب المصري والشعوب الأخرى وهي بهذا الوضع لم تصبح مجرد أسلوب دعائي فقط إنما أصبحت ضرورة يجب الأخذ بها .

الركيزة الحادية عشر : اللغة والإرشاد السياحي ..

أما اللغة فالمقصود هنا هو اللغات الأجنبية المختلفة كالانجليزية والفرنسية والايطالية والاسبانية واليونانية وكافة اللغات الحية حتى الصينية واليابانية – وإجادة اللغة التي يتحدث بها السائحون مسألة في غاية الأهمية فالسائح إذا وجد من يتحدث معه بلغته أصبحت رحلته سهلة وميسرة ولن يشعر بالغربة في البلد الذي يزوزه أما إذا كان السائح لا يعرف لغة البلد الذي يزوره ولا يجد من يعرف لغته فهي طامة كبرى فكيف سيعيش وكيف سيتحرك وكيف يتم مزاراته – ولو أن هذه الحالة لم تعد موجودة بصفة كبيرة إلا انه في بعض البلاد قد يتصادف عدم وجود من يعرف لغة السائح – أما الدول التي تعتبر من أكبر الدول استقبالا للسياح كاسبانيا وايطاليا ومعظم دول أوروبا فإنهم يهتمون اهتماما خاصا باللغة فنجد معظم الناس يتحدثون باللغة الانجليزية وهي اللغة العالمية الأولى ونجد أن كل العاملين في المواقع السياحية والأثرية يجيدون اللغات المختلفة باعتبار أن الاهتمام بالسائح يستلزم سرعة التفاهم معه وتلبية احتياجاته أمرا له أولوية فالسائح لدى هذه الدول له قيمته ووزنه وان رعاية السياح مهمة قومية وعلى كل الشعب أن يعي هذه المهمة .

وإذا كانت إجادة اللغة أو معرفتها شيء مهم وضروري فإن ذلك يقودنا إلى الحديث عن الإرشاد السياحي باعتباره احد ركائز التنشيط السياحي فمع دخول

العالم إلى القرن الواحد والعشرين أصبح من المتوقع خلا ل السنوات القليلة القادمة – وطبقا لتقديرات منظمة السياحة العالمية – أن يتخطى عدد السياح حـول العـالم حاجز المليار سائح سنويا والذين سوف يتخطى إنفاقهم ما يزيد على واحد تريليـون دولار سنويا .

وفيما يخص مصر فرغم أن نصيبها من كعكـة الـسياحة العالميـة لازال ضئيلا مقارنة بما تملكه من مقومات سياحية ومقارنة بأعداد السياح الوافدة إلى بلاد أخرى كاسبانيا وانجلترا وفرنسا واليونان والولايـات المتحـدة وغيرهـا – إلا أن الدولة الآن تتجه إلى دعم السياحة بكل إمكانياتها باعتبارها صناعة المستقبل وبئـر البترول الذي لن ينضب إلا أن اتجاه الدولة وحده لا يكفي فلابد من مشاركة فعالـة من كافة القطاعات – كما انه لابد – وهذا شرط أساسي – مـن مـشاركة شـعبية واعية بأهمية السياحة وأهمية السائح الذي لابد أن نعتبره مساهما فعالا فـي دخلنـا القومي .

وعلى الرغم من تراجع دور السياحة الأثرية بالنسبة للأنواع الأخرى مـن السياحات التي دخلت مفردات القاموس السياحي إلا أن السياحة الأثرية شئنا أم أبينا لا زالت تحتل قسما هاما من السياحة سواء العالمية أو المصرية – ومن هنا يصبح دور المرشد السياحي دورا هاما وحـساسا يـرتبط مباشـرة بالتـدفق الـسياحي واستمراريته وبالتالي يرتبط بالازدهار الاقتـصادي – ومـع النهـضة الـسياحية المتوقعة والواعدة فإن مهنة الإرشاد السياحي تعدت مرحلـة الاجتهـاد والتجربـة والخطأ إلى مرحلة العلم ذو القواعد والأصول – فالارشاد السياحي الآن بجانب انه استعداد وموهبة وخبرة فهو أيضا علم له قواعده وقوانينه التي تحكمه وتجعله مهنة محترمة مرغوبة ومريحة أيضا بعد أن كانت مهنة من لا مهنة له فحتى الخمسينات من القرن العشرين كانت مهنة الإرشاد السياحي غير منتظمة يمارسها كل من أتقن لغة أجنبية أو أكثر ولديه بعض المعلومات التاريخية والأثرية – وكان يـنظم هـذه المهنة بعض القرارات التي يصدرها المحافظون من وقت لآخر – وكان هناك فئـة من الناس يقال لهم التراجمة وهم هؤلاء الأشخاص الذين توارثوا هذه المهنـة مـن

آبائهم وأجدادهم وكان من هؤلاء من لا يقرأ أو يكتب ولكن كان يحفظ ما يسمعه من أبيه وطبعا كانت المعلومات التي يرددها هؤلاء التراجمة معلومات غير دقيقة أو ناقصة أو حتى مغلوطة فتدخل المشرع المصري واصدر عدة قوانين أولها القانون ٢٧ لسنة ١٩٦٥ ثم عدل بالقانون ١١ لسنة ١٩٧١ وأخيرا القانون ١٢١ لسنة ١٩٨٣ في شأن المرشدين السياحيين – وبعيدا عن التعريف القانوني فالمرشد السياحي هو الشخص الذي يتولى الشرح والإرشاد للسائح في أماكن الآثار أو المتاحف أو المعارض مقابل اجر – ويجب أن يتوافر في المرشد السياحي صفات متعددة ومتنوعة قبل أن يكون مؤهلا بمعنى أن يكون حاصلا على شهادة جامعية عليا ويجيد بالإضافة إلى اللغة العربية لغة أجنبية واحدة على الأقل وبطلاقة ويفضل أن يكون مجيدا للغة أخرى ، وان يكون لائقا طبيا ولا يعاني من أية عاهات أو إعاقات جسدية كالتلعثم في الكلام أو عدم القدرة على الحركة بسرعة ونشاط – وان يكون قادرا على الحديث ببطء أو بسرعة وبصوت قوي واضح النبرات مسموعا لكل من حوله سواء كان حديثه سريعا أم بطيئا – وان يكون ذو شخصية قيادية يستطيع السيطرة على مجموعة متنافرة من السائحين مثلا قد يتعدى بعضهم الخمسون شخصا – وان يكون سريع البديهية حاضر الذهن قادر على التعامل مع أي مشاكل طارئة قد تواجه السائح أو الفوج السياحي وان يكون قادرا على اتخاذ قرار حاسم وسريع وفي صالح الفوج الذي يقوم بإرشاده وفوق ذلك يجب أن يكون المرشد لطيفا مجاملا قادرا على إعطاء السائح إحساسا بالثقة والأمان حتى يمكن أن ينتشل السائح من حالة الغربة التي قد تصيبه أحيانا . ولان علم الآثار من العلوم الحديثة نسبيا ولان الآثار في مصر ما زالت تعد من أهم المقومات الاقتصادية من المنظور السياحي في مصر – لذلك فهي تعد من أهم المقومات ومصادر المرشد السياحي المصري فإذا اعتبرنا أن اللغة وحسن المظهر والتصرف واللباقة سمات شخصية مطلوبة في المرشد السياحي – فإن الثقافة الأثرية تعتبر ركيزة أساسية في مقومات المرشد السياحي المعاصر وتمثل المواقع الأثرية المفتوحة في مصر أغلبية لا باس بها من جملة الكيان الأثري والتاريخي لمصر وتحتوي الخريطة الأثرية على مجموعة كبيرة من المواقع المفتوحة المعدة

للزيارة الأثرية والسياحية والتي تعد محطات رئيسية في أجندة الأفــواج الــسياحية مثل معابد الأقصر والكرنك ومنطقــة مقــابر البــر الغربــي بالأقــصر ومنطقــة الأهرامات بالجيزة مدينة انتينوبولوس (تونا الجبل) وآثار جزيرة فيلة ومنطقة أديرة وادي النطرون ودير سانت كاترين وأطلال تل العمارنة بجانب كم لا بأس به مــن الآثار الإسلامية في قاهرة المعز ومنطقة الأزهر ومصر القديمة إلى جانب العديــد من المواقع الأثرية تنتشر في معظم المدن المــصرية ومعــدة للزيــارة الــسياحية والشرح الأثري في الأماكن المفتوحة له قواعد منها الجمع بين الرؤيــة التاريخيــة والموقع الأثري وهذه العمليات أي الشرح الأثري في الأماكن الأثريــة المفتوحــة تعتمد على قدرة المرشد في المزج بين الرؤية التاريخية والتطبيــق الأثــري علــى ارض الواقع وذلك بادراك ماهية الموقــع وطبيعيتــه . وذلــك بالاعتمــاد علــى المعلومات المساعدة التي تجعله يدرك هذه الأشياء بسهولة وثقــة للوصــول إلــى الإلقاء المتزن المتفق مع مفهوم الموقع وأهميته – ومن هنا تأتي أهمية التعايش بين كافة عناصر الموقع الأثري فتتكون مصداقية وثقة متبادلة بــين المرشــد والــسائح خاصة أن الكثير من السياح ياتون لمصر ولديهم في اغلب الأحيــان الكثيــر مــن المعلومات التاريخية والأثرية وغيرهم يحملون في أيديهم كتب تشرح وصور عــن المواقع الأثرية ولكنهم يفتقدون الرؤية الواقعية التي يفتقدها دائما معظم السياح لذلك فدور المرشد أن يدرك تلك الحقيقة وعليه أن يتنبه دائما انه أمام سائحين ملمين إلى حد ما بالموقع ومن هنا فعليه أن يحكي بالشمولية في البداية والبحــث عــن بدايــة جديدة برؤية جديدة تكون غنصر مفاجئ للسائح فيزيد ارتباطه بالمعلومــات التــي يلقيها المرشد – أما في المتاحف المغلقة فإن المرشد يعتمد على حصيلته المعرفيــة المتسعة في جوانب متعددة تخدم العصر أو الحقبة التي تــدور فــي فلكهــا آثــار المتحف وتأتي هذه الحصيلة المعرفية من خلال عشق العمل وطموحات المرشد في إثبات ذاته وتطورها وقدرته المستمرة على تحصيل المعرفة والوقوف على الجديــد فيها فالقاموس المعرفي لدى المرشد ليس قاصرا على معلومات سطحية اعن القطع الأثرية في المتحف فحسب – بل يعتمد تفسيرها والتعبير عن قيمتها الحقيقية ســواء من الناحية الفنية أو التاريخية وهو الدور الذي يبحث عنه الــسائح وينتظــره مــن

المرشد المصري – ويبلغ عدد المرشدين السياحيين في مصر حوالي ١١ ألف مرشد منهم حوالي ٦٥٠٠ يجيدون اللغة الانجليزية أو يرشدون باللغة الانجليزية وجزء من المرشدين يجيدون اللغة الفرنسية وأيضا الألمانية والايطالية والاسبانية أما اللغات الأخرى كاللغة الروسية أو اليابانية أو الصينية أو الكورية أو اللغات الحية الأخرى فإن عدد المرشدين السياحيين الذين يجيدون اللغات فيها أما معدومة أو نادرة وهذا الأمر يجب الاهتمام به وتوجيه البعثات إلى البلاد المتوقع حضور سياح منها مستقبلا لإجادة اللغات حتى يمكن التواصل اللغوي بين السياح القادمون والمرشدون القادرون .

الركيزة الثانية عشر : المتاحف والمحميات ..

تعتبر المتاحف مرآة تعكس حضارة وتاريخ الشعوب أمام الأجيال فمن خلال المتاحف تتعرف هذه الأجيال على مراحل وفترات من تاريخها وفكرة إنشاء المتاحف تعتبر حديثة نسبيا حيث أن جمع آثار وعرضها على الجمهور فكرة لا تتجاوز تاريخها القرنين الماضيين .

وكان إطار ملكية مثل تلك الآثار التاريخية ومعظمها من الأعمال الفنية لا يتجاوز الملكية الخاصة لبعض الأثرياء أو الباحثين أو الخبراء في الآثار غير أن الدراسات والأبحاث خلال عصر النهضة الأوروبية قد لفتت نظر واهتمام الباحثين الغربيين للحضارتين اليونانية والرومانية ولأعمال عدد من الفنانين الكلاسيكيين – وتعاظم هذه الاهتمام بالآثار الحضارية من حيث كونها مجرد تحف فنية – حتى أن علم الآثار بمفهومه الحديث لم يكن عن هواية وجمع ودراسة التحف القديمة لمجرد جمالياتها وللرغبة في اقتنائها وفي منتصف القرن التاسع عشر وبعد الاكتشافات الكبيرة لكنوز تاريخية في عدد من دول العالم وبشكل خاص في مصر واليونان اخذ علم الآثار طابعا متميزا كفرع مختص من المعارف الإنسانية – ومن هنا برزت أهمية إنشاء المتاحف لاحتواء المكتشفات الأثرية – وخلال العقود الأخيرة توجه اهتمام المتاحف للمعاصرة وانتشرت نظرية جديدة مؤداها أن دور المتاحف بشكل خاص ليس فقط عرض نماذج أمام الزوار – تسحرهم بجمالها – بل أيضا

تعريف وتعليم وتثقيف الزائر بكل مظاهر الحضارة التي تنتمي إليها تلك الآثار .

إن محاولة الإنسان لجمع الأشياء التي يراها ذات أهمية – وتنظيمها وتكوين نموذج منها هي التي أقامت المتاحف والمعارض في كل أنحاء العالم منذ القدم – والمتاحف خلافا لوسائل الاتصال الأخرى تعتمد قبل كل شيء على الأشياء والمتروكات الحقيقية ولعل العاملون في مجال تنشيط السياحة يهتمون أيما اهتمام بالمتاحف والقصور والمحميات الطبيعية وكل ما له صلة بالماضي التليد – فمصر بما تحتويه من كنوز أثرية وبما فيها من جمال خصب يتمثل في المعابد العظيمة والمسلات الشاهقة والأهرام الضخمة وما تحتويه متاحفها من كنوز قلما توجد في مكان آخر في العالم تجعل المهتمون بتنشيط السياحة يسعون جاهدين إلى إبراز الحس الجمالي البديع بكل ما تملك وان ينقلوا هذا الحس الجمالي لكل دول العالم لكي يأتي السياح لارتشاف هذه المتعة بالنظر إلى الروائع النادرة والإحساس بالتلقي الجمالي لتلك الروائع التي تحمل سماتها ملامح الأجداد فملايين من البشر يزورون المتاحف والقصور والمعارض والمعابد ليمدوا في ذلك استمتاعا وراحة – وفي كلمات لهيرودوت المؤرخ عن آثارنا "انه ليس من أقطار العالم ما يملك من الروائع أكثر من مصر وليس منها ما له مثلها من عديد الأعمال التي تتحدى الوصف – أما شامبليون فقد قال ما من شعب قديم أو حديث تصور فن العمارة على نحو ضخم عظيم وجليل كالمصريين القدماء والمؤرخ الويز هيرت قال أن الأعمال الفنية في المتاحف هي تراث العالم اجمع أما البغدادي المؤرخ العربي فقد قال "إذا رأى اللبيب هذه الآثار عذر العوام في اعتقادهم عن الأوائل بان أعمارهم كانت طويلة أو انه كان لهم عصا إذا ضربوا بها الحجر سعى بين أيديهم وذلك أن الأذهان تقصر عن مقدار ما يحتاج إليه في ذلك من علم الهندسة واجتماع الهمة وتوفر العزيمة ومصابرة العمل .

وموضوع المتاحف والقصور والمعابد والقلاع والمحميات من الموضوعات التي تثري عمل الباحثين عن التنشيط السياحي الحقيقي ويحتاج الحديث في هذا الأمر إلى كتب ومجلدات ولكننا سنقتصر هنا على الإشارة إلى أهم

المتاحف في مصر وفي بعض دول العالم .. والمتحف الأهم هو المتحف المصري ويقع بميدان التحرير وكان مشهورا باسم "الانتيكخانة" – وكان ماريت باشا أهم العلماء الذين جاءوا إلى مصر لشراء برديات قبطية واستهوته منطقة سقارة فقام بالحفر فيها وحالفه الحظ وكشف عن السيرابيوم أو مقابر عجل أبيس ونقل محتوياته إلى باريس وعاد إلى مصر واقنع الخديوي في تعيينه مديرا عاما لمصلحة الآثار للبحث والتنقيب واخذ ماريت يجمع الآثار واحتفظ بها في مصر ببولاق أطلق عليه متحف بولاق ١٨٦٣ ولما تمت المجموعة نقلت إلى قصر الخديوي إسماعيل بالجزيرة حتى عام ١٩٠٢ حتى تم بناء المتحف الحالي بمعرفة مهندس معماري يدعى مارسيل على مساحة تبلغ ١٣٦٠٠ متر مربع ويضم المتحف المصري أروع الآثار والتماثيل وأروع مجموعة من الحلي الذهبية والمجوهرات .

وثاني المتاحف أهمية هو المتحف اليوناني الروماني بالإسكندرية الذي تبلورت فكرة إنشائه عام ١٨٩١ وذلك حفاظا على الآثار المشتتة في مجموعات لدى الأفراد مثل مجموعة جون انطونيادس وغيره وقد افتتح عام ١٨٩٥ بمعرفة الخديوي عباس حلمي الثاني – ومن المتاحف الهامة أيضا المتحف القبطي والمتحف الزراعي بالدقي ومتحف المجوهرات الملكية بقصر فاطمة الزهراء بالإسكندرية ، ومتحف محمود سعيد .

أما إذا أردنا التحدث عن المتاحف في الخارج فإن انجلترا وأمريكا وفرنسا وايطاليا واليونان وتركيا وألمانيا وايطاليا واسبانيا وروسيا يذخرون بمتاحف عظيمة وما بها من آثار وتحف تحتاج إلى مجلدات لوصفها وبيان قيمتها وأهميتها.

والمحميات الطبيعية : المحمية الطبيعية هي أي مساحة من الأرض أو المياه الساحلية أو مياه البحيرات وتتميز بما تضمه من كائنات حية نباتية وحيوانية واسماك وظواهر طبيعية ذات قيمة ثقافية وعلمية وسياحية وجمالية . والمحميات عادة يتم تخصيصها وتحديدها للمحافظة على التراث الطبيعي في كافة أشكاله ويحظر القيام بأي أعمال أو أنشطة أو إجراءات من شأنها تدمير أو إتلاف أو

تدهور البيئة الطبيعية أو الإضرار بالحياة البرية أو البحرية أو النباتية أو المساس بمستواها الجمالي في منطقة المحمية وتكمن أهداف إنشاء المحميات الطبيعية للحفاظ على التوازن البيئي ولحماية الأنواع البرية المهددة بالانقراض والعمل على تزايد أعدادها وتكاثرها في بيئة طبيعية ملائمة وصيانة للتنوع الوراثي والمحميات أنواع منها محميات الموارد الطبيعية والمحميات الطبيعية العلمية – ومحميات الأثر القومي الطبيعي – ومحميات المناطق المعزولة ومحميات الحياة التقليدية ومحميات المناظر الطبيعية ومحميات الحدائق والمتنزهات الوطنية ومحميات التراث القومي ومحميات المحيط الحيوي .

وتعتبر الأماكن والمناطق التي توجد بها محميات من المناطق التي تستهوي فئة معينة من السياح الذين يجدون في زيارة هذه المحميات متعة فالعودة إلى الطبيعة البكر هي من الأمور الشيقة للعديد من السياح وعلى العاملين في التنشيط السياحي في المناطق التي بها محميات الاهتمام بالإعلام والإعلان بكل الوسائل عن وجود هذه المحميات تنشيطا لهذا النوع من السياحة .

الفصل السادس

مشاكل مصر السياحية واقتراحات حلها
من وجهة نظر الدارسين بالدراسات العليا

الفصل السادس

مشاكل مصر السياحية واقتراحات حلها
من وجهة نظر الدارسين بالدراسات العليا

أدرج قسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والفنادق بجامعة الإسكندرية برئاسة الأستاذة الدكتورة دلال عبد الهادي مادة "المشكلات السياحية" لتدريسها ضمن المقررات الدراسية للدارسين بالدراسات العليا (تمهيدي ماجستير) .

ولقد شرفت بتدريس هذه المادة لأبنائي على مدى سنوات ثلاث سابقة وهذه المادة ليس لها كتاب معين يرجع إليه الدارس ولا يوجد مقرر محدد لكن على الطالب أن يعمل فكره ويبحث عن المشاكل التي تعترض السياحة في مصر من وجهة نظره وعليه أن يرجع إلى المراجع المختلفة لأساتذة السياحة الإجلاء الذين بحثوا في كل فروع العلم السياحي وان يستنبط مما يطلع عليه أسباب المشكلة ونتائج هذه المشكلة والحلول المقترحة والنتائج التي تترتب على حل المشكلة وعلى الدارس أن يعرض أمام زملائه موضوع البحث الذي أجراه والمشكلة التي يعرضها والحلول التي توصل إليها ويقوم زملائه بتوجيه الأسئلة له والمداخلة في المناقشة وإبداء الآراء – ومن منطلق علمي بحت واستطيع أن أؤكد أن هذه المادة كانت من ضمن المواد التي يقبل عليها الدارسين وقدموا أفكارا جيدة واقتراحات مفيدة وقد تجمع لدينا ما يقرب من ١٥٠ بحث عن المشاكل واقتراحات الحلول – ومن ضمن الدارسين قدم احدهم إحدى عشرة مشكلة وحلولها وهناك عناوين مثيرة وموضوعات شيقة وقد وجدنا أن نعرض لعدد محدد من المشاكل واقتراحات حل هذه المشاكل ثم نقوم بإدراج المشاكل التي تم بحثها في عناوين محددة ثم من واجبنا أن نذكر أسماء هؤلاء الدارسين فبعضهم يعمل معيدا الآن بالكلية وننتظر من الكثير منهم أن يكون لهم في قابل أيامهم دراسات وأبحاث بل وكتب لينفعوا به الأجيال اللاحقة لهم مع دعواتنا لهم بالتوفيق والسداد .

وقد قدم هذه المشاكل كل من الدارسين : أكرم محمد فوزي – علياء مصطفى أبو زيد – منال إبراهيم محمود – منى مسعود عبد الستار – إبراهيم عبد

العزيز غانم – أحمد رجب أحمد غازي – محمد سعيد خضر – رضا رمضان محمد حسبو – هبة يسري سليط .

المشكلة الأولى : موسمية العمل في النشاط السياحي

حيث تلاحظ أن العاملين في النشاط السياحي أحوالهم المالية متقلبة كثيرا حيث أن العمل يتزايد في فترة معينة في السنة في بعض المناطق أو المدن وينخفض في أماكن أخرى .

أسباب المشكلة :

- عدم وجود تسويق سياحي كافي للمناطق السياحية في مصر .
- عدم وجود عرض سياحي يغطي كل المعالم .
- عدم وجود كوادر تسويقية مدربة .
- اختلاف حالة المناخ .

اقتراح حل المشكلة :

- عمل تسويق جيد للمناطق السياحية .
- تشجيع سياحة المؤتمرات في غير الموسم السياحي .
- إنشاء نقابة للعاملين في القطاع السياحي (شركات السياحة – الفنادق) وكذلك صندوق للإعانات والطوارئ .

ويمكن حل هذه المشكلة على مستويين :

- مستوى القطاع الحكومي : هذا يمكن حل هذه المشكلة عن طريق وضعها في خطة خمسية قادمة .
- مستوى القطاع الخاص : حيث أن التسويق وتشجيع سياحة المؤتمرات يمكن أن يتم من خلال هذا القطاع ولا يمكن تحديد فترة معينة .

النتائج المترتبة على حل هذه المشكلة

زيادة الطلب السياحي مما سوف يزيد من الإيرادات والذي سوف يؤثر بالتالي على العاملين في القطاع السياحي من حيث الدخل والاستقرار المادي لهم .

المشكلة الثانية : مشكلة التكدس في الموسم السياحي

حيث يتكدس النشاط السياحي في فترات محددة من السنة خاصة في فصل الصيف في شهري يوليو وأغسطس .

أسباب المشكلة :

1. أسباب مناخية .
2. إجازات المدارس .
3. ظروف العمل حيث أن اغلب المؤسسات تقوم بأعمال الجرد السنوي خلال فترة واحدة من السنة وفي هذه الفترة تتوسع المؤسسات في منح إجازات للعاملين .

أهم مظاهر المشكلة

1. تدهور وانخفاض مستوى الخدمات السياحية .
2. ازدحام الفنادق وغير ذلك من المرافق .
3. تمركز الموسم السياحي لمدة شهرين أو ثلاثة يعمل على اعتماد المنطقة على العمالة المؤقتة ويتم التخلص منها بعد انتهاء الموسم .
4. إفساد المناطق السياحية نتيجة الازدحام وسوء التشغيل .

اقتراح حل هذه المشكلة

- العمل على توزيع موسم الإجازات المدرسية من منطقة إلى أخرى داخل الدولة الواحدة .
- العمل على تطبيق النظام الدوري للإجازات بالنسبة للمؤسسات .
- قيام الهيئات السياحية الإقليمية بتوجيه اهتمامها لتنظيم الأحداث السياحية والأعياد والمهرجانات القومية والفلكلورية في المواسم التي يقل فيها النشاط السياحي .
- تكثيف الحملات الدعائية لمد الموسم السياحي بعيدا عن فترة القمة للنشاط السياحي .

المشكلة الثالثة : عوائق السياحة الداخلية

قد تصل تكلفة قضاء أسبوع داخل مصر أكثر من تكلفة أسبوعين في أي منتجع عالمي . ولذا فإن السائح المصري الذي يبحث عن الراحة يحسب في نفس الوقت تكلفة تلك المرحلة وإذا لم يكن لديه معايير أخرى غير التكلفة المادية فانه سوف يختار الأقل تكلفة .

أسباب ارتفاع تكلفة السياحة الداخلية :

عدم نمو صناعة السياحة بالإضافة إلى ارتفاع مستوى الدخل لدى الأفراد والطفرة السابقة مما جعل قوائم التكاليف التي أعدت في تلك الفترة تتميز بهذا الارتفاع غير المعقول أحيانا .

اقتراح حل هذه المشكلة

على الجهات ذات العلاقة بالأمر وعلى رأسها وزارة التجارة والشركات المحلية التي تعمل في مجال الخدمات السياحية أن تنظر بجدية في قوائم الأسعار لان ارتفاعها ليس في المصلحة بأي معيار فتخفيض الأسعار احد الأسباب الرئيسية للربح على المدى البعيد . وهذه الحقيقة الاقتصادية هي التي جعلت الشركات العالمية ذات العلاقة بالخدمات السياحية تخفض أسعارها في سبيل الربح .

المشكلة الرابعة : سوء وعدم كفاية مشروعات البنية الأساسية في مناطق الجذب السياحي

اقتراح حل هذه المشكلة :

- محاولة الاستفادة من تجارب الدول ذات النشاط السياحي الكبير .،
- تحديد أولويات لتنفيذ المشروعات في المناطق السياحية المختلفة مستعينة في هذا الصدد بالخبرة الأجنبية .
- تقديم مزايا كبيرة للشركات الأجنبية في فترة محددة مقابل إنشاء مشروعات سياحية متكاملة على أن تتحمل هذه الشركات نفقات المرافق الأساسية لهذه المشروعات .

المشكلة الخامسة : سوء توجيه الاستثمارات

وترجع هذه المشكلة إلى أن شركات الاستثمار ترفض الدخول بأموالها إلى مشروعات تنمية واستغلال المناطق السياحية وتطوير الخدمات بها .

سبب المشكلة :

- أتباع الأساليب المعرقلة عند منح الأراضي المملوكة للدولة لإقامة المشروعات دون الرجوع لوزارة السياحة للتنسيق معها في هذا الشأن .
- عوائق تدخل أجهزة الحكم المحلي في إصدار تراخيص البناء وإقامة المنشآت الفندقية والسياحية .
- تذبذب سياسة الإعفاءات الجمركية لمستلزمات الإنتاج للمشروعات السياحية والفندقية .
- الشروط والالتزامات المتشددة التي توجد في البنوك عند اقتراض الأموال لإقامة المشروعات السياحية والفندقية .
- انخفاض قيمة الجنيه المصري وعدم قدرة اغلب الصناعات المصرية على الصناعة في الأسواق العالمية نتيجة هبوط الجودة .

المشكلة السادسة : تصور لبعض المشكلات التي تواجه السياحة

- مشكلة الانترنت في حجز تذاكر الطيران حيث تقلص دور الشركات السياحية في هذا الدور .
- التكتلات والتحالفات التي تمت بين شركات السياحة والسفر التي تهدف إلى القضاء على الشركات الصغيرة التي تعمل في مجال السياحة والسفر .
- الخصخصة في القطاع السياحي التي تؤدي إلى تقليص العمالة في الشركات السياحية.
- استخدام اتفاقية التعريفات الجمركية والعمولة السياحية التي تطبق منذ عام ٢٠٠٥ والتي بمقتضاها سيصبح المجال مفتوحا للشركات الأجنبية للدخول في السوق المصري بدون أي حواجز أو قيود والاستيلاء على العملاء من الشركات الوطنية كما يؤدي إلى خسارة الشركات الوطنية لعملائها .

المشكلة السابعة : السياحة الفردية للمصريين أكثر من سياحة المجموعات

حيث نجد أن سياحة المجموعات من خلال شركات السياحة والتي تقوم بحجز غرف طوال العام وبالتالي تكون أسعارها اقل من الحجز الفردي لأنه لا يستفيد من التخفيضات التي تعطيها الفنادق لمجموعات شركات الفنادق .

سبب هذه المشكلة :

عدم معرفة المصري التحرك بروح الجماعة .

المشكلة الثامنة : اتجاه السياحة منذ البداية لنوعية محددة من السياح (فنادق الخمسة نجوم)

والنتيجة افتقارنا إلى الفنادق الصغيرة والموتيلات الخاصة بالشباب والقرى السياحية البسيطة والمناسبة للسائح المتوسط والبسيط . وكانت النتيجة فنادق كبيرة وغرفا خالية ونسب إشغال لا تتجاوز ٢٥% .

المشكلة التاسعة : سوء معاملة السائح المصري :

دائما ما يشعر السائح المصري في الفنادق المصرية أو وسائل الانتقال المصرية سواء طيران أو أتوبيسات بأنه سائح درجة سادسة من طريقة المعاملة .

سبب هذه المشكلة

عدم الوعي السياحي الكامل من القائمين على هذه الخدمات وليس لهم أي نظرة شمولية للإدارة في المجال السياحي لان السائح المصري ذكي بالفطرة .

المشكلة العاشرة : نقص الوعي السياحي التنموي

أي عدم توفر الوعي السياحي بين الجماهير وبين الجهات التي تتعامل مع السائحين (الجوازات – الجمارك – البنوك – المواني .... الخ) .

سبب المشكلة :

أن مصر تعد من دول العالم الثالث "دول نامية" والتي توجه معظم جهودها إلى توفير كافة السلع الضرورية لسد حاجة الشعب وتنظر إلى قطاع السياحة على انه من السلع غير الضرورية التي تدخل ضمن العوامل التكميلية لحياة الفرد

"الترفيه والتنزه"

سبب هذه المشكلة

- ارتفاع نسبة الأمية بين الشعب .
- عدم اهتمام كافة الوسائل المختلفة بالتنمية السياحية والثقافية .
- عدم وجود قيادات مستنيرة مقنعة تفهم وتقتنع بالسياسة الإنمائية بها دوما .

اقتراح حل هذه المشكلة

- تنمية الوعي السياحي لدى جمهور المواطنين .
- الاهتمام بوسائل الاتصال الجماهيرية من تليفزيون وإذاعة وصحافة لنشر السلوك الجماهيري السليم .
- توجيه عناية الجماهير للمحافظة على البيئة .
- الإعلام والإعلان عن المسابقات السياحية .
- تكثيف الحملات الإعلامية عن البرامج التي تعدها شركات السياحة .

المشكلة الحادية عشر : التدريب السياحي وانخفاض مستوياته :

أسباب المشكلة :

- ضعف مستوى المناهج المطروحة للدراسة في معاهد وكليات السياحة والفنادق .
- قصور الاعتمادات المالية المخصصة من وزارة التعليم العالي للتدريب السياحي.
- انتشار مراكز التدريب الخاص ذات الشهادات المعتمدة والتي تهدف إلى الربحية التجارية ولا تهتم بالكيفية .
- عدم قدرة العاملين في المجال السياحي على تطوير أدائهم .

اقتراح حل هذه المشكلة :

- اقتراح إنشاء شركة سياحية تابعة لكل معهد أو كلية من كليات السياحة والفنادق لتدريب الطلبة بها .
- لابد أن تضع وزارة التعليم العالي بالتعاون مع وزارة السياحة قيودا

وشروطا حازمة لإقامة مراكز التدريب الخاصة .

- لابد من تطوير المناهج الدراسية المطروحة داخل معاهد وكليات السياحة والفنادق .
- إقامة مؤتمر سنوي تحت رعاية وزارة السياحة لرفع درجة الوعي لدى العاملين في المجال السياحي .

المشكلة الثانية عشر : عدم وضوح أسعار اغلب الفنادق

حيث أن الفنادق المصرية حاليا ليس لها سعر واضح هذا ما يجعل شركات السياحة عاجزة عن تسويقها حيث أن اغلب الفنادق تقريبا تعطي أكثر من سعر بل أنها تعطي الشركات الأجنبية سعرا لا تعطيه للشركات المصرية والنتيجة أن السائح المصري أصبح يهرب هو الآخر من السياحة الداخلية – بعد أن أصبحت لأسعارها أعلى – إلى السياحة الخارجية مثل فرنسا وتركيا واليونان .

المشكلة الثالثة عشر : عدم وصول رسوم الخدمة ١٢٪ إلى مستحقيها من عمال السياحة :

حيث أن المنشأة السياحية والتي تحصل هذه القيمة تمتنع وتراوغ بالتحايل على القانون الذي يلزمها بدفع عمولة الخدمة للعمال – مما أدى إلى تدخل نقابة عمال السياحة لتنفيذ قانون العمل وطالبت المؤسسات الخدمية بدفع حق العمال حتى لا تحقق أرباحا على حساب العمال .

اقتراح حل هذه المشكلة :

الضغط على هذه الشركات بأكثر من طريقة من خلال الاتحاد الدولي للعاملين بالسياحة ومن خلال منظمة العمل الدولية والعمل على حل هذه المشكلة وان لزم الأمر باللجوء إلى القضاء .

المشكلة الرابعة عشر : مشكلات التنمية السياحية في البحر الأحمر والغردقة :

١. مشكلة المياه العذبة .
٢. مشكلة نقص المساحات الخضراء .
٣. مشكلة المزيد من الوعي السياحي .
٤. العزلة التي يعيش فيها مجتمع الغردقة وسواحل البحر الأحمر .

٥. عدم تجانس التركيب الطبقي للسكان .

٦. انعدام الروح الابتكارية والتجديدية لدى أفراد المجتمع .

اقتراح حل هذه المشكلة :

- تشكيل لجنة عليا دائمة لسياحة البحر الأحمر .
- إنشاء قانون الهيئات الإقليمية بمناطق البحر الأحمر .
- إجراء جرد شامل للثروة السياحية لمحافظة البحر الأحمر .
- وضع برنامج تنفيذي لإدخال المرافق العامة الأساسية إلى ساحل البحر الأحمر .
- عمل برنامج تنفيذي لحماية الثروة الحيوانية البحرية والثروة النباتية لمناطق البحر الأحمر .
- تشجيع الدراسات الانثروبولوجية الخاصة بالقبائل التي تعيش في البحر الأحمر .
- الاهتمام بإقامة فنادق وقرى للسياحة الداخلية وسياحة المجموعات القريبة من المدن الكبرى .
- تشجيع الأفراد والشركات في الحصول على المقطورات السكنية .
- العمل على زيادة الرحلات الجوية إلى مطار الغردقة .
- ترميم الموانى التاريخية المصرية على البحر الأحمر .
- إعطاء أولوية للاهتمام بالسياحة العلاجية الاستشفائية .
- زيادة التشجير في المناطق التي يتقرر إقامة مشروعات سياحية بها لزيادة عنصر الجذب .
- الاهتمام بوسائل حماية البيئة في هذه المنطقة والمحافظة على الثروة السمكية .
- فتح وإعداد وتنظيم المتحف المائي والأحياء المائية بالغردقة .

المشكلة الخامسة عشر : مشكلة تمويل المشروعات السياحية :

تعتبر مشكلة تمويل المشروعات السياحية من المشكلات البارزة في السوق السياحي نظرا لعدم وجود مؤسسة تمويلية متخصصة في الإقراض السياحي تقوم بالتنمية السياحية في مصر .

اقتراح حل المشكلة :

إنشاء بنك للتنمية السياحية يسهم في تطوير هذا القطاع حتى يؤدي دوره في التعجيل بالنمو السياحي .

المشكلة السادسة عشر : أزمة العملات الصعبة وتأثيرها على القطاع السياحي بمصر

حيث أن كثير من المشروعات يتم تمويلها بالدولار الأمريكي وسدادها مع الفوائد تكون بنفس العملة ومع ارتفاع الدولار يؤدي إلى زيادة العبء على المستثمرين مما يعني أن صناعة السياحة تتحمل أعباء تمويلية كبيرة .

اقتراح حل هذه المشكلة :

تشجيع القطاع السياحي على العمل وتحويل قروضه من الدولار إلى الجنيه المصري .

المشكلة السابعة عشر : ترسانة الرسوم تغتال سياحة اليخوت :

فهناك رسوم لإذن الإبحار ورسوم القدوم ورسوم الوقوف والمغادرة ورسوم .... وبالتالي تبلغ الرسوم في مصر على اليخت الواحد مبلغ كبير في حين إن ما يستحق على نفس اليخت عن نفس الفترة في تركيا وإسرائيل مثلا مبلغا اقل بكثير .

اقتراح حل هذه المشكلة :

إعادة حساب المعادلة بطريقة منطقية وصحيحة فأصحاب هذه اليخوت من شريحة السائحين الأثرياء ذوي الإنفاق الكبير بما يعوض أي تخفيض في قيمة الرسوم في المقابل يتحقق انتعاش كبر لقطاع السياحة بأكمله .

المشكلة الثامنة عشر : مشاكل الآثار في الإسكندرية

١. وجود بعض الآثار الغارقة في منطقة الميناء الشرقي مما جعل هذه المنطقة غير صالح للملاحة .

اقتراح حل هذه المشكلة

التوصية بإقامة مشروع لوجود مركب زجاجي أو غواصة تحت الماء للقيام بأعمال الزيارة للسائحين مع توفر وسائل الأمن والأمان وتجهيز المنطقة بمركز تدريب على الغطس .

٢. تآكل الأحجار الداخلية والخارجية للقلعة المطلة على البحر وسوء التخطيط في الساحة الداخلية للقلعة وعدم وجود الإنارة الكافية بالأبراج وعلى الأسوار وغياب الوعي الإرشادي داخل القلعة وعدم توافر المياه العذبة .

اقتراح حل هذه المشكلة

يجب إعادة تخطيط الساحة الداخلية للقلعة وتطويرها لخدمة السياح وترميم الجزء الرئيسي للقلعة والأسوار المحيطة لها .

المشكلة التاسعة عشر : المشكلات البيئية المتعلقة بالأنشطة السياحية :

- مشكلة التخلص من الفضلات بالنسبة للفنادق الثابتة والعائمة .
- مشكلة التوسع غير المدروس للمنشآت الفندقية المطلة على شواطئ .
- مشكلة الصرف الزراعي في بعض البحيرات السياحية .
- التعدي على المحميات الطبيعية والصيد الجائر .

اقتراح حل هذه المشكلة :

- تنمية الوعي السياحي البيئي لدى العاملين بالمنشآت السياحية .
- سن القوانين اللازمة للحفاظ على عناصر البيئة الطبيعية .
- المتابعة المستمرة لتنفيذ هذه القوانين ومعاقبة المتعدي .
- تحفيز المنشآت السياحية على أن تنال شهادة إدارة الجودة البيئية .
- أتباع الأسلوب العلمي الخاص بالتخطيط لتنمية سياحية مستدامة .

- التوجه لأسلوب معالجة المخلفات .

المشكلة العشرون : الآثار السلبية للسياحة على البيئات الفريدة :

- العديد من القرى السياحية التي أقيمت على سواحل البحر الأحمر – عمد البعض إلى ردم الشاطئ لتوسيع الحيز المتاح للقرية حيث تبين أن ردم الشاطئ يطمس الشعب المرجانية – سياحة الصيد – نتج عنها استنزاف هذه الأنواع .
- رالي مصر الدولي – مثل هذه السباقات تتسبب في تلويث المناطق التي تمر بها على الرغم من احتواء مصر على ٢٤ محمية طبيعية إلا انه لم يتم استغلال هذه الأماكن بصورة كاملة .
- الرياضات المائية بكل أشكالها وما تسببه من أضرار على الشعب المرجانية .
- التلوث الجمالي المتمثل في الغابات الأسمنتية على طول الساحل الشمالي .

اقتراح حل هذه المشكلة :

- ينبغي على الجامعة القيام بدور في إعداد الكوادر البشرية التي تصلح لإعداد وتصميم وتنفيذ البرامج البيئية المختلفة .
- الاهتمام بالمحميات الطبيعية في مصر على نحو أفضل .
- الانتباه إلى فكرة أن من يضر بالبيئة يدفع نفقات الضرر .
- بالنسبة لسباقات الدراجات البخارية والسيارات التي تقام في مصر لابد من اختيار خطوط سير السباقات الصحراوية بعيدة عن أي تعارض مع المحميات الطبيعية .
- العمل على زيادة الوعي لدى المواطنين بمفهوم "التنمية المتواصلة" .

المشكلة الواحدة والعشرون : أزمة الإرهاب الدولي التي تواجه المنتج السياحي

الإرهاب أصبح ظاهرة دولية لها آثار مدمرة لكثير من الدول على الأرواح والمنشآت والأموال .

اقتراح حل هذه المشكلة :

- العمل على تكثيف التعاون الدولي مع الدول العربية والأوروبية والآسيوية لرصد حركات المجموعات الإرهابية وتفويض حركاتها .
- توفير شبكة اتصالات فعالة على كافة المستويات لتوفير المعلومات عن شبكة الإرهاب الدولي .
- عقد المؤتمرات لمكافحة الإرهاب الدولي والاستفادة من خبرات الدول الأخرى المتقدمة واستخدام احدث الوسائل ضد الإرهاب .

المشكلة الثانية والعشرون

قلة استخدام وسائل الإعلام لنشر الوعي السياحي بين المواطنين .

اقتراح حل المشكلة :

الاستعانة بالشخصيات المثقفة ووسائل الإعلام المختلفة لتحقيق التوعية السياحية لدى المواطنين .

المشكلة الثالثة والعشرون :

ضياع اعتمادات الرحلات داخل الجامعات والمدارس والمعاهد .

اقتراح حل المشكلة :

توزيع هذه الاعتمادات على عدد من الرحلات يتم القيام بها على مدار العام ويتم الإعلان عنها منذ العام الدراسي .

المشكلة الرابعة والعشرون :

تكدس النشاط السياحي في فترات محددة مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الخدمات السياحية والضغط المفاجئ على المرافق .

اقتراح جل المشكلة :

- تنوع البرامج السياحية بين كافة المناطق السياحية بمصر بدلا من التركيز على أماكن الاصطياف فقط .
- عدم توحيد مواعيد بداية ونهاية العام الدراسي بين جميع المحافظات .

- توافر البرامج السياحية على مدار العام والإعلان عنهـا للقـضاء علـى موسمية النشاط السياحي .

المشكلة الخامسة والعشرون :

غياب الإحصاءات عن حركة السياحة الداخلية وعدم رسم سياسـة ثابتـة لكافة الهيئات والشركات العاملة في مجال السياحة الداخلية .

اقتراح حل المشكلة :

- وضع السياحة الداخلية في الاعتبار تماما مثل السياحة الوافدة من الخـارج عند التخطيط وتوفير الإحصاء عن السياحة الداخليـة لمعرفـة معـدلاتها وكيفية زيادتها والتعرف على المشكلات التي تواجهها .
- تشجيع الأثرياء على قضاء الإجازات بمصر بدلا من السفر للخارج .

المشكلة السادسة والعشرون : اهتزاز الأمن السياحي

أسباب المشكلة :

- القيام بالجرائم الفردية .
- ظواهر السلب والسرقات .
- قلة الالتزام بالقوانين .
- اهتزاز الأمن في منطقة الشرق الأوسط .

مقترحات حل المشكلة :

- تفعيل دور أفراد المجتمع ومنظماته ومؤسساته من اجل تحقيق الأمان مـن داخله.
- قيام الدولة بدورها التنظيمي وسن القوانين اللازمة لنشر الأمن .
- عقد المؤتمرات والندوات لمعالجة القضية الأمنية على الصعيد الرسمي .
- دعم جميع الاتحادات المهنية وخاصة المتعلقة بالنشاط السياحي بـالقوانين والنظم المتعلقة لكيفية المحافظة على الأمن .
- تعريف جميع المؤسسات والشركات بواجبـاتهم الأمنيـة تجـاه العـاملين

والمتعاملين معها .

وهذه قائمة بالأبحاث المقدمة من الدارسين وأسمائهم :

المشكلة	الدارس
توغل دور الشركات دولية النشاط في الاقتصاديات النامية	ليلىَ إبراهيم الحصري
التأثير السلبي للإرهاب على صناعة السياحة	هبة عبد المحسن عبد القادر
الأزمات السياسية وتأثيرها على حركة السياحة في مصر	سارة عاطف محمد الموجي
السياحة الداخلية في الإسكندرية	دعاء صبري زكريا
المشاكل السلوكية الناجمة عن الازدهار السياحي	دينا السيد عزام
مشكلات سوء التخطيط السياحي للمناطق السياحية الساحلية دراسة تطبيقية لإقليم الساحل الشمالي الغربي للإسكندرية	إيمان أحمد عبد الفتاح
التأثير السلبي للنشاط السياحي على البيئة الطبيعية	ريهام يس حميدو يس
أهم المشكلات التي تواجه تنمية الآثار الغارقة في الإسكندرية	ليلى إبراهيم الحصري
مشكلة قياس الأثر الاقتصادي للسياحة (حساب الدخل)	أحمد موسى محمد
موسمية القطاع السياحي بالتطبيق على الإسكندرية	أسماء محمد أحمد محمد
تضاؤل نسبة السياحة العربية البينية	أسماء محمد أحمد محمد
مشكلات التنمية السياحية في إقليم البحر الأحمر	محمد سعيد خضر
مشكلة تأثر النشاط السياحي باتفاقية الجات	غادة جميل شاهين
المتغيرات الاقتصادية وتأثيرها على السياحة	سارة عاطف محمد الموجي
تنمية سياحة الآثار الغارقة في مدينة الإسكندرية	غادة جميل شاهين
التحديات التي تقابل صناعة النقل الجوي	شيماء إبراهيم السيد
رسوم الخدمة في المنشآت السياحية مرفوعة من الخدمة	شيماء إبراهيم السيد
المعوقات التي يتعرض لها شركات الطيران في مصر	علياء مصطفى مدحت
التكدس وسوء التخطيط العمراني في منطقة عامود السواري	شريف فتحي إبراهيم
ازدحام المناطق الأثرية بالسكان	محمد سعيد خضر

المشكلة	الدارس
مشكلة السياحة وتسربات النقد الأجنبي	محمد عبد العظيم عبد الحميد
تسرب الآثار المصرية للخارج	محمود أحمد عبد الرءوف
سياحة اليخوت مازالت تهرب من مصر (رحلة عذاب)	إبراهيم هبد العزيز غانم
اغتيال البر الغربي بالأقصر	منال إبراهيم محمود حسن
المطارات – فوضى الرحلات السياحية	منال إبراهيم محمود حسن
مشكلة التكدس في الموسم السياحي	منال إبراهيم محمود حسن
ارتباط الطلب السياحي بمستوى الخدمات	منال إبراهيم محمود حسن
انخفاض أو محدودية العائد الاقتصادي الناتج عن السياحة	أحمد موسى محمد جمعة
قصور دور أجهزة السياحة في مصر إعداد وتخطيط وتنفيذ الحملات الدعائية	سارة عاطف الموجي
النشاط السياحي يخضع لظروف خارجية	محمود أحمد عبد الرءوف
التعاون السياحي العربي وأثره على التدفق السياحي إلى مصر	إبراهيم عبد العزيز غانم
الصعوبات التي تواجه النقل الجوي	رشا محمد محمود
الصعوبات التي تواجه النقل النهري والبحري	رشا محمد محمود
التوسع غير المدروس للمنشآت الفندقية المطلة على الشواطئ والإضرار بالشعاب المرجانية	أحمد رجب أحمد غازي
انخفاض مستوى التدريب السياحي داخل معاهد وكليات السياحة والفنادق	إيمان محمد محمد عيد
نقص الوعي السياحي	إيمان محمد محمد عيد
انخفاض الوعي السياحي في مصر	أحمد موسى محمد
معوقات السياحة الداخلية في مصر	سلمى محسن مسعد أحمد
تدخلات القرارات السياسية في شئون شركات الطيران	إيمان عبد الفتاح محمد
الكارثة رحلة في نهر النيل	ماريام جوزيف حكيم
الصعوبات التي تواجه النقل السياحي في مصر	إبراهيم عبد العزيز غانم
سلوكيات العاملين بالشركات السياحية وتأثيرها على جودة	هبة يسري محمد سليط

المشكلة	الدارس
المنتج السياحي	
الآثار السلبية للسياحة على البيئات الفريدة في مصر	سلمى محسن مسعد
المشكلات البيئية وآثارها على السياحة وتنميتها في الإسكندرية	سمر سمير مصطفى إسماعيل
تأثير بعض الأنشطة السياحية على الموارد البيئية	نجلاء فتحي محمود غالي
التدريب السياحي وانخفاض مستوياته	شيرين أحمد توفيق درويش
معوقات التنمية السياحية في مصر وسبل التغلب عليها	هبة زيدان عبد الونيس
دور التجارة الالكترونية في القطاع السياحي	رشا أحمد عبد الله
عدم وجود تكامل سياحي بين الدول العربية على نحو أكمل	كوثر أبو الفضل الخولي
مشكلات المشاركة الزمنية	ياسمينة غريب محمد
الأثر السلبي للانترنت على شركات السياحة والسفر	محمد عبد العظيم عبد المجيد
اثر العولمة على السياحة	علياء محمد السيد يوسف
عدم إدراك ماهية صناعة السياحة والوعي السياحي	رضوى سعيد
الموسمية وتأثيرها على النشاط السياحي	بسمة مصطفى كامل درويش
الإرهاب والسياحة المصرية	بسمة مصطفى كامل درويش
الاستثمار في القطاع السياحي	فاتن حامد السيد الشناوي
مشاكل سياحة السفاري في مصر	زينب يسري عبد العال
الآثار السلبية للنشاط السياحي في مصر	شيماء عادل حسن حسني
تأثير الإرهاب على السياحة في مصر	نهى أحمد كامل محمد
معوقات سياحة اليخوت في مصر	ميراي يوسف زكي
التحديات التي تواجه سياحة كبار السن	رضا رمضان محمد حسبو
المشاكل التي تواجه الإرشاد السياحي في مصر	رضا رمضان محمد حسبو
المعوقات التي تواجه النقل البري في مصر	مي حسن حلمي أحمد الزيني
بعض المشاكل التي تواجه الإعلام السياحي المصري	زينب عبد الحميد عبد الرحمن
عدم فعالية التسويق السياحي المصري	سارة أحمد عبد الفتاح جاد
افتقار مصر إلى وجود بيئة عمل ابتكارية داخل القطاع السياحي	كوثر أبو الفضل الخولي

المشكلة	الدارس
من يحمي المحميات	هبة يسري سليط
مشاكل النقل الجوي	هبة عبد العال
عشوائية التخطيط كإحدى المشكلات التي تواجه المدن السياحية المصرية	رانيا عبد المنصف عبد الجواد
الآثار السلبية للسياحة على البيئات الفريدة	وفاء محمد أحمد كامل
قياس جودة البيانات السياحية	وفاء محمد أحمد كامل
حلوان بين جمال الماضي وقسوة الحاضر	هاني قرني أحمد
المعوقات الخاصة بتعدد وتضارب الاختصاصات بين الوزارات ووزارة السياحة	عمرو عادل عبد الخالق
مشكلات التسويق السياحي إلى مصر	رحاب محمد عبد العظيم
معابد الكرنك والأقصر تحت الحصار بين العشوائيات والمياه الجوفية	هبة عبد المحسن عبد القادر
الصعوبات المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالعمالة في القطاع السياحي	أميرة محمد الملاح
الآثار الاجتماعية الثقافية السلبية الناجمة عن النشاط السياحي	نهى أحمد كامل محمد
حوادث إرهابية أم اغتيال للسياحة المصرية	فاتن حامد الشناوي
الخصخصة ومشاكلها على المجتمع	سارا عبد العاطي محمد
السياحة المحلية على الرف	أميرة محمد محمد الملاح
السياحة ما بين الضرائب والرسوم	زينب يسري عبد العال
المعوقات المرتبطة بالإجراءات الحكومية في إدارة القطاع السياحي	منى فاروق السيد
نقص الهدايا التذكارية في مصر	ميراي يوسف زكي

موجز لمعوقات التنمية السياحية والتنشيط السياحي

بعد أن استعرضنا المشاكل السياحية واقتراحات حلها من خلال القادة القادمون للنشاط السياحي وهم الشباب الدارس في مرحلة الماجستير فانه من الهام أن نعترف بان هناك معوقات وليس من المنطقي أن نغفل أو نتغافل عن المشاكل والمعوقات ولابد أن نتعرض بكل الطرق والوضوح ولأن بداية الحل هو الاعتراف ومناقشة الأمور ثم وضع الحلول .

والمعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية الدولية في مصر والسياحة الداخلية كثيرة ومتنوعة الجوانب ، ومتشعبة ، يكابدها كل من يعمل في القطاع السياحي بمكوناته المختلفة وبوجه خاص المستثمر .. والحقيقة المرة أن استشراء هذه المعوقات أكثر وأكثر من شأنه عرقلة مستقبل السياحة في مصر .. ولا تدعي هنا أن السياحة وحدها هي الحل الأمثل للخروج من المشكلة الاقتصادية ، ولكنها ولا شك أهم عامل مساعد إن أحسنا استخدامها كأداة لسياسة اقتصادية جديدة تقوم على تعبئة الموارد الطبيعية والبشرية وإدارتها إدارة علمية سليمة .. سنحاول في هذا المجال الإحاطة بأساسيات هذه المعوقات المؤثرة في حركة التدفق السياحي بصورة مباشرة ، والمعوقات في مجملها تتعلق بإجراءات الدولة ، ومن داخل قطاع السياحة ذاته ، وبعضها يتصل بنشاط المحليات ، ومن هذه المعوقات :

١. **انخفاض درجة التدعيم السياسي والحكومي للقطاع السياحي وخشية الجديد** .. في مصر كدولة نامية تبدو ظاهرة خشية الجديد وعدم قبول المشاريع السياحية خشية تحمل المسئولية وعبء التجربة ، وقد يرجع ذلك إلى الاعتقاد الخاطئ بان الإنفاق على النشاط السياحي يعتبر ضربا من ضروب الإسراف ، ومن الأجدى أن توجه الاستثمارات إلى مجالات أخرى ، مع انخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري للدولة ، وعدم إدراك الجدوى الاقتصادية للنشاط السياحي بصفة عامة ، ورغم كثرة الكلام إعلاميا حول أهمية السياحة للاقتصاد القومي مؤخرا ، وورودها صراحة في خطاب التكليف بتشكيل وزارة الدكتور كمال الجنزوري ، والذي أرسله السيد رئيس الجمهورية لرئيس

الوزراء ، فإنها لا تزال قطاعاً عادياً من قطاعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لوجود بعض الأصوات التي تخشى الجديد ولا تؤمن به ، وللاعتقاد بعدم إنتاجية قطاع السياحة في الاقتصاد القومي حتى الآن ، وخاصة وان السياسة الاقتصادية التي تتبعها وزارة الاقتصاد تؤثر تأثيرا مباشرا على السياحة حيث لا تؤخذ في الاعتبار عند واضعي هذه السياسات ، كما أن الدولة لا تفعل ما تفعله الدول السياحية التي درجت على تقديم مساعدات تتمثل في المنح النقدية والعينية والأراضي للمشروعات السياحية الهامة ، والإعفاء الجمركي الكامل لمستلزمات الإنتاج وسعر الطاقة المخفض والقروض الطويلة الأجل بفوائد بسيطة أو مخفضة ، ومن هنا يتبين للمستثمرين أن السياحة لا تحظى كقطاع اقتصادي بالأهمية التي تعطيها لها دول كثيرة منها دول نامية اقل مستوى من مصر مثل تونس ولبنان .

٢. **سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة مع ازدياد التضخم ..** تشير بعض الدراسات إلى انه رغم الزيادة النسبية في معدلات استثمار رؤوس الأموال المحلية والأجنبية في مجال السياحة منذ بدء سياسة الانفتاح الاقتصادي بالمقارنة بالسنوات السابقة على العمل بهذه السياسة ، إلا انه من الملاحظ أن شركات الاستثمار ترفض الدخول بأموالها إلى مشروعات تنمية واستغلال المناطق السياحية وتطوير الخدمات بها ، وتتركز المشروعات في بناء الفنادق ، وإنشاء الشركات للرحلات والسفر ، ونقل السائحين وتجهيز المطاعم والكازينوهات والملاهي والنوادي والشقق المفروشة ، وكلها تتعرض للإهمال والضياع نتيجة سوء الصيانة ونقص الخدمات ومعوقات التشغيل وقيود الروتين ، ويرجع ذلك إلى اتجاه معظم المستثمرين إلى مشروعات ذات العائد السريع ورأس المال القليل ، ولذا فإن إنشاء مناطق جذب سياحي جديدة تجد تواضعا في الانجاز الفعلي كما في سواحل البحر الأحمر وسيناء . وعليه هناك تساؤلات خاصة بسياسات تشجيع الاستثمارات والمخصصات المالية اللازمة لتنمية هذه المناطق ، حيث تلاحظ عدم وجود قواعد واضحة لتشجيع الاستثمار في المجال السياحي عامة ، وخاصة منح الأرض المملوكة للدولة لإقامة

المشروعات ، مما جعل لكل محافظة أسلوبها الخاص في التصرف في هذه الأراضي دون الرجوع لوزارة السياحة للتنسيق معها في هذا الشأن ، بالإضافة إلى عوائق تدخل أجهزة الحكم المحلي في إصدار تراخيص البناء وإقامة المنشآت الفندقية والسياحية ، ويعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات (صناعية ، مساعدة ، استهلاكية .. الخ) احد العوامل المؤثرة على الطلب السياحي في مصر ، وقد يرجع ذلك إلى العجز في ميزان المدفوعات نتيجة الزيادة في الاستيراد ، وعدم توازن سياسات الدعم الحكومي لكثير من السلع والخدمات وانخفاض قيمة الجنيه المصري ، وعدم قدرة اغلب الصناعات المصرية على المنافسة في الأسواق العالمية نتيجة هبوط الجودة ، اللهم بعض المنتجات المحدودة في مجال التصدير مثل السجاد والأدوية ، رغم انبثاق الأيزو وقرب حلول الجات .

٣. **نقص الموارد المالية والتنظيمية والتكنولوجية والقيادات** .. لا شك أن نقص الموارد المالية والتنظيمية والتكنولوجية من معوقات التنمية ، كما أن الموارد البشرية المدربة والمستوعبة لمهام التنمية السياحية تمثل نفس النقص ، وعدم توافر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمارات السياحية ، وهذه المشكلة احد القيود على التخطيط السياحي ، كما أن ارتفاع معجل فوائد القروض التي تمنحها البنوك للمشروعات السياحية أدت إلى إفلاس بعضها ، ويندر توافر القيادات الواعية الملهمة المثيرة لهمم الجماهير لتحقيق الأهداف التنموية ، كما أن اختيار وتدريب القيادات أمر شاق وضرورة من ضرورات التنمية ، حيث أن القيادات الواعية المتحمسة أحيانا ما تقاوم ، وعدم قيام المجلس الأعلى للسياحة بمباشرة اختصاصاته بصورة فعالة سواء في تخطيط الحركة السياحية أو في مجال تنفيذ ومتابعة ومراقبة الخطط الموضوعية.

٤. **عدم وجود التخطيط السياحي السليم** .. حيث لا يتضح الهدف ولا يتم التنسيق بين الجهات العاملة في مجالات التخطيط ، ولا تتوفر الأجهزة المسئولة عن الدراسات والبحوث والإحصاءات سواء على المستوى المحلي والقومي .

الفصل السابع

الدول المتقدمة سياحيا وأسباب النشاط السياحي بها

الدول المتقدمة سياحياً وأسباب النشاط السياحي بها

أهم الدول في السياحة العالمية

تشتهر الكثير من الدول المتقدمة برعايتها واهتمامها لصناعة السياحة الدولية نظراً لكونها من أهم الصناعات التي تحقق المزيد من الدخل القومي لهذه الدول ، منها فرنسا وأسبانيا وسويسرا وإيطاليا وألمانيا والنمسا واليابان وقبرص وسنغافورة وإندونيسيا وتركيا .

ومن الغريب أن الدول المتقدمة سياحياً والتي تستقبل أعداداً كبيرة من السياح هي نفس الدول التي تصدر السياح إلي البلاد الأخرى -- فالسياحة في هذه البلاد نشطة استيراداً وتصديراً للسياح إذا جاز هذا التعبير لإيمان هذه الدول بأهمية السياحة فقدوم السياح يعتبر تدعيماً لاقتصادها ونشر ثقافتها وحضارتها أما خروج مواطنيها للسياحة خارج البلاد فذلك لإيمانهم بأن الترويح والسفر والاستمتاع بالرحلات أحد حقوق المواطنين الأساسية لتجديد النشاط والإقبال علي العمل بين الرحلة السياحية أما بالنسبة لكبار السن فهي المكافأة التي ينالوها عند تقاعدهم من العمل . ومن الدول العربية التي تعتمد علي السياحة – تونس والمغرب ولبنان والأردن ومصر .

السياحة في فرنسا

فرنسا هي عاصمة النور ، بلد الجمال والمعالم السياحية الكثيرة ، والمتعددة قديماً وحديثاً . بلاد الأزياء الراقية والعطور الجميلة ، بلاد المتاحف والمدائن الواسعة ، بلاد الحدائق الغناء ، وتضم فرنسا الكثير من الأماكن التاريخية التي تتضح فيها مظاهر تاريخها الأثري والحضاري والتي ترجع قيمتها التاريخية والأثرية لزمن بعيد وأهم المقومات السياحية لهذه الدولة .

١. تقسيم باريس وهي عاصمة فرنسا إلي عشرين منطقة (بلدية) كل منطقة بدورها مقسمة إلي أربعة أقسام ويدير كامل المدينة عميد البلدية واثنان من

المحافظين بمعاونة المجلس العام .

٢. المواصلات في باريس ...... لا يعلم الكثيرون أن باريس ميدان نهري هـام بل تعتبر رابع ميناء فرنسي بعد مرسيليا والهافر ودنكرك . ويـرتبط نهـر السين بفضل القنوات بعدد آخر من الأنهار الفرنسية والأوروبيـة (اللـور – الراين – الموس) ..... ويتم استيراد وتصدير كميات كبيرة مـن احتياجـات المدينة نهرياً .هذا بالإضافة إلي شبكات النقل البرية والجوية .

٣. وهناك مطاران دوليين هما أورلي وشـارل ديجـول بالإضـافة إلـي مطـار البورجية . ويعتبر مطار شارل ديجول خامس أهم مطار في العالم . وأورلـي سابع مطار عالمي.

٤. وفي باريس عدد من أهم محطات القطار الأوروبيـة بحيـث يمكـن التنقـل باستخدام القطار إلي جميع العواصم البريطانية لندن ، حيث تم افتتـاح النفـق الذي يربط بريطانيا بفرنسا تحت بحر المانش فـي مـايو ١٩٩٤ م وبفـضل القطارات كثيرة السرعة (T. G. V.) والتي ليس لها مثيل في العالم تمكـن الزائر بلوغ كافة المدن الفرنسية لكثرة الطرق البرية التي تكون أكثر الـشبكات البرية اكتمالا وانتشاراً في أوروبا .

٥. يمكن القول .... أن باريس تنقسم جغرافيا إلي قسمين ويعود تـاريخ تخطـيط شوارعها إلي القرن التاسع عشر تحت إشراف البارون جورج هـاوس مـان محافظ المدينة أيام نابليون الثالث والـذي عمـل علـي أن تكـون الميـادين والشوارع مستقيمة وممتدة حول دوائر مرور مركزية وذات حـدود معماريـة هامة تتفرع منها الشوارع الأقل عرضاً القسم الأول من المدينة يمثـل الـضفة اليسري من النهر أو الـ(ريف غوش) ويضم قطاعي الحكومـة والجامعـة بالإضافة لعدد من أهم معالم المدينة مثل برج إيفل المشيد بمناسـبة المعـرض الدولي الأول عام ١٨٨٩م وبجواره متحف الأورس .

٦. وهناك العديد من الحدائق والمتنزهات التي تحفل بها باريس والتي قـد تمثـل

المكان المناسب لنـزهة ممتعة ، وساحات لعب للصغار بعيـداً عـن خطـر السيارات . وحول العاصمة أكثر من ٤٨٦,٥٠٠ شـجرة أي مـا يعـادل ٤٤ شجرة في الهكتار ، وكذلك بما يعادل شجرة كل خمس أشخاص وهـذا بنـاء علي إحصاء عام (١٩٩٧ م) تنتشر علي مساحة ٣٣٧ هكتار بالإضافة إلي غابتي فانسنيه وبولونيا الملاصقتين (٢٠٠ هكتار) أما أقدم شجرة في المدينة (شجرة سنط ويرجع تاريخها إلي سنة ١٦٠ م وهي توجد في ميدان فيفارى) .

- بارك أندريه سترونن .
- حدائق دو باسان دولار سناك . وهي ترجع إلـي سـنة ١٨٠٦ م وهي في الحوض الذي يربط قناة سان مارتان بنهر السين .
- ميدان صحراء دولوتيس .
- حديقة أتلانتيك .
- حدائق سيردواتاي .
- بارك دويانماتك .
- " الميادين الباريسية " .

فيما يلي أسماء بعض الميادين الباريسية الهامـة والتـي يتجـه الـسياح لزيارتها لتميزها في جمال العمارة الفريدة أو لشهرة مجالاتها التجارية الراقية . أو تاريخها العريق.

١. **ميدان الباستيل** : أخذ اسمه من سجن الباستيل الشهير وهو موقـع للأحـداث التاريخية الهامة والعديدة ، ويتوسطه عمود الباستيل الذي تمت إقامته لـضحايا ثورة ١٧٨٣ م وتحيط به أحداث أوبرا فرنسية ١٩٨٩ م ويقع غير بعيد عـن قناة سان مارتان .
٢. **ميدان دوفشان** : يرجع للقرن ١٧ وهو ثان ميدان ملكي في فرنـسا ويمتـاز بعمارته البيضاء علي شكل مثلث .
٣. **ميدان كاروسيل** : فيه قوس النصر كاروسيل وهو موقع قصر التويليري ولـم

يتبق منه سوي بوابة الدخول وبالتالي هو علي مقربة من متحف اللوفر وحديقة التويلري .

٤. ميدان دنفيد روشرو : اسم الكولونيل الذي قاوم الألمان في مدينة بلغـور فـي عام ١٨٧١ م مقاومة بالغة يتوسط الميدان معلم معماري ضخم محاط بتماثيـل برونزية .

٥. ميدان إيتالي : من ميادين باريس القديمة ويقع غير بعيد من الحـي الـصيني تكثر به المطاعم والمحلات الصينية والآسيوية .

٦. ميدان ناسيون : ومعناه مدينة الأمة وكان يسمي ميدان العرش بسبب العـرش الضخم الذي شيد في عام ١٦٦٠ م لاستقبال لويس الرابع عشر وزوجته ساعة وصولهما لباريس ، إلا أن الثورة هدمت العرش ونصبت المقـصلة وسـمت الميدان بميدان العرش المقلوب ، ولم يأخذ المكان اسمه الحالي قبـل ١٨٨٠ م حيث احتفل به للمرة الأولي بالعيد الوطني ١٤ يوليو ويتوسط الميدان مجموعة برونزية تخلد انتصار الجمهورية .

٧. ميدان سان ميشيل : نقطة انطلاق من الحـي اللاتينـي بجامعـة الـسربون الشهيرة ولقد ظل الحي معروفا باسم حي الطلاب منذ انتقال الجامعة إليه مـن القرن ١٣ وازدادت التسمية دلالة بعد أحـداث شـهر مـايو ١٩٦٨ م والتـي تظاهر فيها الطلبة احتجاجاً علي نظم التعليم وبحيـث أدت احتياجـاتهم إلـي تغيرات اجتماعية وسياسية هامة . ويمتاز الميدان بنافورة التي تمثـل القـديس ميشيل يطعن تتينا .

٨. ميدان فاندوم : من أضخم الميادين الباريسية بالفندوم بـسبب وجـود منـزل الدوق فاندوم فيه ، ويرجع إلي عهد لويس الخامس عشر وكـان قـد انتهـي العمل فيه عام ١٧٢٠ م ليصبح موضعا لتمثال ضخم للملك لـويس الخـامس عشر أثناء الثورة ، والميدان ذو شكل ثماني أضلاع وحاد في نفـس الوقـت ، ويوجد في الساحة التي تشتهر ضمن أشياء أخري بمحلات المجوهرات الفخمة

وأحد أرقي الفنادق الباريسية ، ويتوسط المكان عمود علي ارتفاع ٥٠ م علي هيئة تمثال نابليون الأول تحيط به برونزيات مجسمة تذكر بانتصارات الإمبراطور وهي مصنوعة من ١٢٠ مدفع من معركة أوسترليز أقيمت خصيصاً لهذا الغرض ويتصل الميدان بميدان الأوبرا بشارع السلام .

٩. **ميدان دولا ريبوبليك :** من الميادين التي تم تنفيذها عند قيام البارون هوسمان بإعادة تخطيط باريس عام ١٨٥٤ م ويتوسط ساحته الضخمة معمار برونزي مجسمة عليه أهم أحداث تاريخ الجمهورية ، وهو أيضا ميدان المظاهرات الشعبية الضخمة وساحات للحفلات الشعبية الهامة لاحتفالات العيد الوطني ١٤ يوليو .

١٠. **ميدان دولا برامين :** ميدان صغير يتوسطه تمثال القديس جان دارك عام ١٨٧٤ م وهو منطلق للمظاهرات اليمين المتطرف في ١٢ مايو من كل عام .

١١. **ميدان جيرمان :** من أشهر ميادين الضفة اليسرى لنهر السين يقع علي مقربة من الحي اللاتيني ، ولقد كانت نواديه تحت الأرضية المنتشرة في الشوارع المحيطة وفيها ولدت الوجودية . كمذهب فلسفي للفيلسوف الفرنسي الشهير سارتر .

١٢. **ميدان شاتليه :** الاسم من مذبحة شاتيليه الكبيرة ، تم بناؤه للدفاع عن جسر أوشانج القريبة والتي دمرت في عهد نابليون الأول . إلا أن الغرض من تنفيذ الميدان بشكله الحالي يرجع إلي نابليون الثالث ، وفي وسط الميدان ناقوس ونافورة شاتيليه التي يتوسطها عامود ١٨٥٨ م محاط بتماثيل رأس أبو الهول الذي يرتفع تخليداً لانتصارات نابليون الأول ويحيط بالميدان مسرحان كبيران هما مسرح المدينة ومسرح شاتيليه .

وفرنسا من أولي دول العالم تقدما في النشاط والجذب السياحي لما تمتلكه من مناطق سياحية وآثار تاريخية ذات جمال بديع ، إنها واحدة من أهم المقاصد السياحية التي يقصدها السائحون من جميع جهات العالم بلغ عدد الزائرون

إليها عام ١٩٩٥ حوالي ٦٠ مليون سائح ، وبلغت عوائدها من السياحة ٢٧,٩٤٧ مليار دولار وتعد من أكبر دول العالم التي تصدر السائحين إلي الخارج ، وهي من اكبر الدول التي تنفق علي السياحة في الخارج حيث بلغ إنفاقها علي السياحة حوالي ١٧,٧٤٦ مليار دولار حسب تقرير منظمة السياحة العالمية لعام ١٩٩٧ ، بلغ عدد الرحلات القادمة إلي فرنسا عام ١٩٩٥ حوالي ١٦ مليون رحلة عالمية وبحسب تقدم السياحة بها تأخذ فرنسا علي عاتقها حاليا القيام بخطوات جادة وواسعة لأجل النهوض بالسياحة العالمية ، كما تهتم بالترويج لها ، ومجلس الوزراء الفرنسي به وزير مسئول عن السياحة يسمي بوزير السياحة ، وتمتلك فرنسا العديد من الشركات السياحية ومنظمي الرحلات ، وليس من العجب أن تكون فرنسا أولي دول العالم تقدما ونمواً في مجال السياحة (تتساوى مع أسبانيا في المرتبة إلا أن الدخل القومي لأسبانيا أكبر) حيث تشهد تنوعاً في مصادر السياحة ، ويرجع ذلك كله إلي تراثها التاريخي والثقافي الجذاب ومدنها الجميلة الرائعة ولاسيما باريس المدينة السياحية الأولي في العالم أضف إلي ذلك مدن أخري ذات منتجعات سياحية مثل منتجعات نيس وكان والمراكز الرياضية في الألب وبيرنيس ، وتتميز فرنسا بطقس متميز وجو مشرق وعاصمتها باريس المدينة السياحية التي تستقبل ١٠ مليون زائر سنويا ، ومن المدن الجاذبة للسياحة في فرنسا أيضا مدينة فيرساي ومدينة أورليانس التاريخية ومدن أخري ذات طبيعة جميلة ساحرة بها كل التسهيلات ، وأماكن ممارسة الرياضيات مثل بوردو وماكون ولقد أصبحت فرنسا من الدول السياحية العظمي كما أنها عضو بالاتحاد السياحي الأوروبي .

من العوامل التي ساهمت في تقدمها سياحيا :

١. الظروف الطبيعية : أن أهم ما يميز فرنسا انتشار الأنهار والجبال والمناطق الطبيعية ، ومن الأنهار التي يمكننا ذكرها السين واللوار والجادون والرون ومن الجبال جبال الألب والفوج علي حدود إيطاليا وسويسرا والبرانس علي حدود أسبانيا وهذه المناطق الطبيعية ذات طبيعة جميلة وكانت عاملا هاماً

في جذب السائحين لفرنسا .

٢. مناخها :يتأثر بالبحار خاصة المناطق الساحلية وتتمتع فرنسا بمناخ معتدل ، ووسط فرنسا مناخ شديد البرودة شتاءاً وحار صيفاً أما جنوبها المطل علي البحر المتوسط فهو حار جاف صيفاً دافئ ممطر شتاءاً ، وبمناخها هذا تعد متميزة حيث تمتلك واحداً من أهم مقومات السياحة وهو المناخ المعتدل .

سكان فرنسا :

٦٠,٠٠٠ مليون نسمة وهي من الدول التي تحافظ علي استقرار النمو السكاني فيها وترتفع كثافة السكان في الأقاليم الصناعية والمدن السياحية . تشارك فرنسا دول الاتحاد الأوروبي في إتباع سياسة اقتصادية مشتركة تعتمد علي سوق واحد وسعر موحد ، وحرية تنقل ، ومرور داخل دول الاتحاد الأوروبي ، كما شهدت فرنسا تقدما ونهضة تكنولوجية حيث توسعت بها الصناعة وتطورت ، وتوجد بها العديد من المصانع التي تصنع السيارات والطائرات والقطارات ، ولقد أحدثت الأبحاث العلمية بها تطوراً هائلاً في الصناعات الإلكترونية ولقد شاركت فرنسا في [illegible] الإنترنت [illegible] معلومات وافية عن أخبار الساعة عن فرنسا .

ومن أهم إسهامات المجال التكنولوجي في مجال السياحة تقديم معلومات عن المناطق الطبيعية والجغرافية والتاريخية السياحية في مدن فرنسا المختلفة ومعلومات عن آثارها المختلفة ومناطقها السياحية ذات الجذب السياحي .

النشاط السياحي في فرنسا :

أن فرنسا تتمتع بالعديد من المزايا مما جعلها بلداً سياحياً بالدرجة الأولي حيث تتواجد بها الأماكن التاريخية العريقة والكاتدرائيات والكنائس والقلاع القديمة ذات النقوش الفنية الرائعة ، كما يوجد بها ساحل الريفييرا الجميل وهو مقصد للعديد من السائحين ، ومن أهم مظاهر النشاط والتنمية السياحية بها أيضاً تواجد المدن الصغيرة علي قمم الجبال حيث تنتشر رياضة تسلق الجبال والتزحلق علي

الجليد وغيرها من الرياضات . وكذا التسهيلات الخاصة بممارسة تلك الرياضات .

أضف إلي ذلك انتشار المتاحف في أرجاء كثيرة من مدنها ومن معالمها الحضارية : دار الأوبرا أعرق معالم الحضارة الفرنسية ، ومتحف اللوفر أعظم متاحف العالم وبرج إيفل صاحب الشهرة العالمية وقوس النصر ، والقلب المقدس وقصر الإيليزيه وقصر الكونكورد ، وغيرها من الأماكن الأثرية التي يمكننا إدراجها تحت ما يسمي بالسياحة الثقافية . ومن المناطق الطبيعية بها المدن والمناطق الساحلية علي البحر المتوسط والمحيط الأطلنطي حيث تشتهر مثل هذه المناطق بالصيد البحري .

كما أن هناك عدة أسباب أخري كان لها أكبر الأثر في تنمية وتقدم السياحة في فرنسا ومنها :

١. تمتعها بموقع جغرافي فريد .
٢. اتصالها بسهولة مع جميع دول أوروبا .
٣. سهولة النقل الداخلي بها .
٤. وتتمتع بطرق ممتازة من السكك الحديدية والطرق البرية والمائية .
٥. كما يوجد بها أكثر من ١٥٠ مطاراً دوليا مما يجعل حركة الطيران سهلة ولاشك أن كل هذا كان له عظيم الأثر في تقدم السياحة في فرنسا .

أثر الفنون في حياة الفرنسيين الثقافية والاجتماعية :

هناك العديد من التجمعات الاجتماعية التي ينتمي إليها الشباب في الأندية حيث يمارسون الرياضات والاستمتاع بالفنون والموسيقي ، والشعب الفرنسي شعب راقي متحضر يحافظ علي أناقته وجماله ، وله شهرة عالمية في مجال الأزياء فهناك العديد من بيوت الأزياء في فرنسا أضف إلي ذلك اشتهارهم بإنتاج العطور ، وتعكس الأحياء الفرنسية حياة فنية رائعة يمتزج فيها النحت والعمارة والفن التشكيلي ، ومن الأمثلة علي ذلك دار الأوبرا والتي تعد مسرحاً فنياً رائعاً وبرج إيفل وكنيسة نوتردام وأوبرا جرانييه وقوس النصر والقلب المقدس .

وكل هذا يعكس فن العمارة والذوق الفرنسي وأيضاً متحف اللوفر بأقسامه والتي تضم الآثار العربية والإسلامية واليونانية والرومانية والأدوات الفنية والتماثيل واللوحات والفنون الكتابية .

أهم المدن السياحية في فرنسا :

١. **مدينة باريس** : العاصمة وتعد مركزاً حضارياً وسياحياً هاماً في فرنسا وبها كثير من الآثار الفرنسية ومقصداً للعديد من السائحين من كل دول العالم .

٢. **مدينة بوردو** : أهم مدن فرنسا السياحية المليئة بالفنادق والمطاعم والمقاهي والأحياء الأثرية والحدائق العامة وحدائق الحيوان وتشتهر بممارسة الرياضات .

٣. **مدينة ماكون** : موقع سياحي هام تنتشر بها الشوارع القديمة والأماكن المطلة علي البحر غنية بالمناطق الطبيعية ذات شهرة دولية حيث تتواجد بها مزارع العنب وهي مركز سياحة لممارسة الرياضات .

٤. **مدينتي مرسيليا وطولون** : من المدن الساحلية الهامة علي ساحل البحر المتوسط .

٥. **مدينة الهامز علي بحر المانش** : من المدن الهامة أيضاً ويمكننا ذكر بعض الفنادق بدولة فرنسا مثل : فندق بودلير – فندق لوندريه – فندق سويديه – فندق ريجينا – فندق بارادیس – وفندق تروبادور .

مدينة كان عاصمة الصيف الفرنسي :

تشتهر مدينة كان الفرنسية والتي تقع علي شاطئ البحر المتوسط بكونها مركزاً ثقافياً أوروبياً مهماً ، وسيجد الزائر إلي هذه المدينة في شهر مايو صعوبة كبيرة في الحصول علي غرفة في فندق أو في الحصول علي سعر مناسب ، فأغلب الفنادق تطلب أسعارها الرسمية العالية في هذا الشهر بحكم أن ضيوف مهرجاناتها جميعهم من القادرين علي تحمل هذه المصاريف الباهظة ، فإيجار غرفة في فندق كارلتون تبلغ ٦٥٠ دولاراً لليوم الواحد لشخصين ، وأما غرف

فندق مارتينز فإنها تؤجر خلال هذا الشهر بمبلغ ٦٠٠ دولار لليوم الواحد .

بل إن الأماكن الشاغرة في الشوارع تؤجر للسياح ، فتوضع كراسي تؤجر منفردة في الشوارع التي تمر فيها مواكب الممثلين ورجال الفن وصناع السينما بمبلغ يزيد عن خمسين دولاراً للكرسي الأمامي وثلاثين للكرسي الخلفي ، وهذه الأسعار لا تشمل أطعمة أو مشروبات ، فهذه أجرة خاصة لها . يدفعها عشاق وطلاب الفن السينمائي والمعجبون به . وتنخفض الأسعار إلي أقل من النصف في المواسم الأخرى بما في ذلك موسم الصيف السياحي المميز في هذه المدينة .

مهرجانات الصيف بلا توقف :

تقدم مدينة كان مهرجانات صيفية ممتعة تحقق التدفق السياحي وتجلب السياح من كل أنحاء العالم ، بل أن هناك مطاعم هامة ومراكز ترفيهية تفتح أبوابها في فصل الصيف فقط ، بسبب النجاح السياحي المنقطع النظير .

يتميز مهرجان الصيف في مدينة كان بروح تختلف عن مهرجانات المدن الأخرى ، فالطبيعة الثقافية لا تغادر هذه المدينة عندما تغادرها قوافل صناع الفن السينمائي ، بل تبدأ قوافل الفنون الأخرى ، ففي هذا العام تم استدعاء ٢٥٠ شخصية فكرية وثقافية ، من كل أنحاء العالم ، بدعوة من بلدية هذه المدينة لتنشيط السياحة ، ومن هؤلاء المدعوين رؤساء سابقون لبعض الدول ، ومنهم الممثلون والكتاب ورجال الأعمال ، وسيكون هناك مهرجان للنقاش معهم لفكرة واحدة ، وهي لماذا هم مبدعون ؟ وكيف يمكن للإنسان أن ينمي الإبداع . وهذه المناقشات تتم خلال شهر يوليو من كل عام ، وتكون المقابلات معهم – لبعض منهم – منقولة علي التليفزيون مباشرة ، كما أن هناك كتاباً يصدر عن أفكار الشخصيات القيادية والفكرية وعن سر إبداعهم .

كما أن مهرجان الضحك والفكاهة أيضاً يبدأ مع بداية الصيف ، ويصاحب المهرجان الجاد الذي هو مهرجان البحث عن الأبدان ، لذا فإن هذا المهرجان هو تلطيف للجو الحاد الذي تقدمه بلدية هذه المدينة في برنامجها السياحي الثقافي .

الشاطئ لا يكفي :

وتقع مدينة كان علي البحر ، وشاطئها من أجمل الشواطئ الفرنسية ، إلا أن السائح يجد فاعليات سياحية كثيرة تجعل الشاطئ نزهته الثانية وليست الأولي ، فالبلد يفتح الكثير من متاحفه في فصل الصيف ، ويقدم من خلال الصيف الكثير من المعارض الفنية الراقية ، ومن أهمها معرض لرسومات بيكاسو الرسام الأسباني الشهير الذي عاش فترة من حياته في هذه المدينة المحبوبة إلي قلبه ، لذا فإن معرضه من أهم ما يزوره السياح في هذه المدينة .

متحف الفن بالزجاج وهو متحف فرناند ليغر (Fernand Leger) وهو في ضاحية من ضواحي هذه المدينة ، ويقدم هذا المتحف ٣٤٨ عملاً فنياً من أعمال صناع الزجاج والتي تعتبر من التحف النادرة ، والتي توضح كيف تطورت تكنولوجيا الزجاج وكيف ارتقت هذه الصناعة في سلم المعرفة المتزايدة وتفصح معروضات المتحف عن الحضارات الإنسانية المختلفة التي مرت بالأجناس البشرية وتتجلي في فنونها التشكيلية والتطبيقية .

وتشتهر هذه المدينة بمطاعمها القديمة وبأكلاتها التي يقبل عليها السياح من كل أنحاء الأرض ، ويفخر الطهاة بأنهم يجهزون طبخاتهم الشهيرة للسياح في الصيف بعد اختبار لها في فصل الشتاء ، لأن أغلب المطاعم في هذه المدينة تغلق أبوابها في الشتاء ، ويهاجر بعض الطهاة المشهورين إلي العاصمة أو إلي فنادق ريفية في فصل الشتاء ثم تعاود النشاط صيفاً بتجديدات في الأكل والديكور .

السياحة في أسبانيا

ظلت أسبانيا طوال أربعة قرون منطوية على نفسها ... منفصلة عن دول أوروبا .... تسودها الحرب الأهلية ويسيطر على مصيرها الجيش والكنيسة حتى نهاية الحكم الديكتاتورى بوفاة الجنرال " فرانكو " عام ١٩٧٥ بعد حكم مطلق استمر ٣٦ عاما ... ثم عودة الملكية بتولى الملك خوان كارلوس " أمور الحكم .... ثم صدور الدستور في عام ١٩٧٨ .... مما حقق وحدة البلاد مع استقلالية كل منطقة في إدارة شئونها بحكومة محلية منتخبة تتولى أمور التعليم

والثقافة والتجارة والصناعة والسياحة .... كل هذا يمثل مرحلة فاصلة في تاريخ البلاد .

ومن الجدير بالذكر أن أسبانيا انضمت إلى حلف الأطلنطى بعد خمس سنوات من وفاة الجنرال " فرانكو " ، ودخلت تجربة التعددية الحزبية الديمقراطية من أوسع أبوابها محاولة اللحاق بالركب الأوروبى الزاحف والحصول على المؤهلات السياسية والاقتصادية التى سمحت لها بأن تنضم إلى عضوية الجماعة الأوروبية عام ١٩٨٦ م .

وما زالت الأجيال القديمة في الشعب الأسبانى تترحم على الجنرال فرانكو وتنظر وراءها إلى التراث العريق وهو يذوب تدريجيا في إطار نسيج أمريكى أوروبى ؟ ولكن الأجيال الجديدة من الشباب لا تجد لديها الوقت أو الرغبة أو الاستعداد للتفكير فيما مضى فمعيار التقدم الثابت هو ما حققته أوروبا من تقدم .... وما تحققه شعوبها من مكاسب عن طريق الرخاء ... وما تتطلع إليه من حرية .... وما تتمتع به من حقوق .... والمعروف أن الأسبانى يدين بالولاء لوطنين : وطنه الأكبر أسبانيا ووطنه الأصغر الإقليم الذى ينتمى إليه فإنه يعتز جدا به إلى درجة التعصب .

وعلى سبيل المثال فإنه لا يمكن اعتبار منطقة كتالونيا مجرد مقاطعة جغرافية أو اقتصادية من البلاد بل هى تشكل عالما قائما بذاته ، له خصائصه .... ويشعر أهله أنهم مختلفون عن باقى أسبانيا حتى في اللغة التى لا يفهمها باقى الأسبان إلا بالترجمة ..... بل وأكثر من ذلك أنهم يصبون إلى الحكم الذاتى الكامل .... هذا المفهوم لا يختلف في أى منطقة أخرى " كالباسك أو الأندلس " وأن كان يفوقه ...

لعل المفكر الأسبانى المعروف أورتجى يا جاسى Ortega Y Gaset كان على حق حينما أكد في النصف الأول من القرن الحالى (أن أسبانيا لن تكون موجودة إلا إذا سعت إلى هدف مشترك تحققه خارج حدودها الجغرافية .

ومن هنا نستطيع أن نعلل حماس أسبانيا في الانضمام إلى الوحدة الأوروبية .... رغم الإختلاف الكبير بين شعب كل منطقة .... والنزعة الفردية البحتة في طباع ومزاج الأسبان .... إلا أنه من المؤكد أن هناك سمات مشتركة تجمع بين كل الأسبان شرقا وغربا وشمالا وجنوبا وهى :

نوم الظهيرة وشرب السانجريا وأكل البايلا وسماع البندريتا وحب مصارعة الثيران ورقص الفلامنكو .

وأخيرا يمكن القول أن المزاج الأسبانى هو أقرب الأمزجة – الأوروبية إلى المزاج الشرقى بإيقاعه وأسلوبه في الحياة ..... كدولة من دول البحر الأبيض فالحياة الأسبانية هى اليوم الطويل والليل القصير ، فمن المعتاد أن وجبة الغذاء تكون حتى الرابعة ظهرا ...... بينما العشاء يكون في منتصف الليل ...... هذا يختلف تماما عن كل دول أوروبا وإن كان مماثلا لإيقاع الحياة المصرية .

وليس من المبالغة القول بأن القرية الأسبانية مهما كانت صغيرة ونائية لأبد أن يوجد فيها كنيسة وحانة وصالة ديسكو ، فإن الشعب الأسبانى شعب فنان يحب الحياة ويتذوق الجمال في الفن والشعر والأدب والغناء والموسيقى.

ولاشك في أن شخصية " دون كيشوت " الشهير – الذى كان يجول بين الطواحين – تمثل أصدق رمز للروح الأسبانية ، وهو بطل رواية " فيغيل دى شرفانثيس " ، حيث أنه عنوان البطولة والشجاعة والمثالية والولع والإقدام والتى تعد من السمات المميزة للشعب الأسبانى الودود بصفة عامة بالإضافة إلى المزايا الأسطورية التىكان يتحلى بها " السيد " محرر " فالنسيا " في القرن الحادى عشر وعشق شيمان "

وقد أنجبت مملكتا قشتالة " وأراغون " كثيرا من الأبطال النبلاء والذين كان غالبيتهم من الفقراء المستعدين دوما لخوض غمار الحروب للدفاع عن الحقوق المسلوبة ، وحتى اليوم لا يزال كل أسباني يرى في هؤلاء الأبطال مثله الأعلى .

اللغـــة

لغة البلاد الرسمية هى الأسبانية وهى في الواقع لغة قشتالية من أصل لاتينى أدخلت عليها عناصر من اللغة العربية المحلية في قشتالية .

أما في منطقة برشلونة وحتى الباليار شرقا ، فيتكلم الناس لغــة " كتالونيــا " وفى مقاطعات سكاى وغيوزكوا وناخارا شمالا يتكلمون لغــة الباســك المجهولــة النسب ، وأخيرا لا تزال لغة مقاطعة غاليسيا هى السائدة ، في أقصى المنطقة من البلاد .

تلك اللغات تعكس الخصائص الثقافية الثابتة في مناطق انتشارها ، وكــذلك إرادة الإستقلال التقليدية .

المطبخ اللأسبانى :ـ

الطعام في أسبانيا يحتل مكانة لا يمكن إغفالها فهو يعبر عن أسلوب الحيــاة فيها . فالوجبات طويلة وممتعة لتوفير فرصة للإســتمتاع بالــصحبة والأطبــاق الشهية وأجود أنواع المشروبات .

الغذاء هو الوجبة الأساسية ، وعادة ما يقدم فيما بين الساعة الثانية والرابعة والنصف ظهرا أما العشاء فيقدم فيما بين الساعة التاسعة والحاديــة عــشر مــساء والأسعار لابد أن تكون محددة فى قوائم خارج وداخل المطاعم ، والمطبخ الأسبانى يرتكز على النظام الغذائى الصحى لدول البحر الأبــيض المتوســط والــذى مــن أساسياته فى الاعداد زيت الزيتون والثوم ، والمنتج اليومى الطــازج الــى جانــب المشروبات فالمزيج الثقافى فيما بين الأقاليم الأسبانية ينعكس على أساليب الطهــى المتنوعة ، ومن أهم الأطباق الأسبانية هى المشويات سواء من الخراف والماعز أو الخنازير الى جانب شوربة الثوم والجبن الأسبانية المعروفة بالاضافة الــى أجــود أنواع الزبيب الأحمر أما الكتالونيين Catalanes فهم الأكثر جــرأة وقــدرة علــى الابتكار في الأطعمة الأسبانية وخاصة الاكلات البحرية واللحوم اللذيذة بالصلــصة والفواكهة المجففة والمكسرات .

وهناك من المطاعم الأسبانية الشهيرة في Sebastin والتى تقدم أفخر أنواع الأسماك والقواقع البحرية على مستوى المطبخ الأوروبى التقليدى

كما تشتهر اندلوسية Andalusya فهى بيت المسكرات الأسبانية الحلوة والتى تعرف باسم الشيرى Sherry إلى جانب روعة شوربة الثوم التى تشتهر به والزيتون الرائع .

كما تشتهر فالنسيا Valencia باطباق الأرز الشهية الرائعة المذاق . ومن ثم فإن أسبانيا تحظى بتمتعها بفن الطعام الشهى والذى يقدم في المطاعم والبارات المنتشرة في كافة أنحاء البلاد ، ويصاحبه أجود أنواع البيرة والسانجريا Sangria . وهذه المكانة التى تحظى بها أسبانيا في هذا المجال تساهم بشكل غير مباشر في انتعاش حركة السياحة إليها حيث أن فن الطعام وخدمته يحتل مكانة هامة في إختيار السائح للمقصد السياحى نظرا لجودته ومدى ملاءمته للذوق الغذائى العام .

السياحة و الاقتصاد الأسبانى :-

والجدير بالذكر أن الحكومة الأسبانية تولى قطاع السياحة اهتماما بالغا لما يلعبه من دور هام كأحد مصادر الدخل القومى الرئيسية وانتعاش هذا القطاع يرجع أساسا إلى الاستغلال الجيد للإمكانات السياحية ، وتوفير الخدمات السياحية بمسوى أداء متميز .... بالإضافة إلى إقامة فنادق ذات مستويات مختلفة ، وإنشاء المشروعات السياحية مع الاستغلال للشواطئ الأسبانية المتعددة الاستغلال الأمثل .

فالتطور الاجتماعى والاقتصادى الهائل بالمنطقة الساحلية أساسه السياحة التى أقامت مشروعات البنية الأساسية واهتمت بتحسين الخدمات وتعمير الكثير من المناطق مع الحفاظ على التراث الحضارى والثقافى والفنى بها ....

كما إن لإنخفاض قيمة " البيزيته الأسبانية " أثر إيجابى على السياحة الأسبانية حيث انخفضت أسعار الخدمات أمام العملات الأخرى .... الأمر الذى أضاف ميزة جديدة يتمتع بها السائح القادم إلى أسبانيا .

وأسبانيا واحدة من أهم المقاصد السياحية العالمية ، فقد تأثرت على مر

العصور بالأحداث والثقافات الشرقية .

كما تتمتع أسبانيا بالعديد من المناطق السياحية بأنشطتها المختلفة . حيث انها مرت مرورا بجميع الحضارات المختلفة والتـي أسـهمت فـي الثـراء الثقـافى والحضارى والفنى فيها ، مثل حضارات الرومان واليونان والفينيقيين والمغاربـة والمسلمين والمسيحيين ، وهنا يجب أن نتساءل هل المتاحف فقط هى التى تحـوى ثروات الدول وكنوزها ؟ .

الإجابة بالقطع هى لا ، فهذا أمر غير صحيح ، فالثروة الحقيقية للبلاد تظهر في روحها ، في شخصيتها ، في جوها وفى شوارعها ، إلا أن هذا لا ينفى الروائع المحفوظة في المتاحف الأسبانية والتى تعد مزارا هاما للسائح الأسبانى وخاصـة الذى يسعى إلى فك رموز الحاضر والمستقبل بالعودة والنظر إلى الماضى .

وهناك ثلاثة حقب للفن الأوروبى ، الفن القوطى Gothic وفـن البـاروك غير المتناسق أو غريب الشكل The Baroque Art والحقبة الثالثة هى انتعـاش عصر النهضة The Renaissance Art ، وهى واسعة الانتشار في أسـبانيا . وعليه فإن : للمتاحف وعروض الهـواء الطلـق والتماثيـل والمبـانى العامـة ، الكاتدرائيات ، القصور ، والكنائس ، الأديرة الكنائس الرومانية ، وغيرهـا الكثيـر من العروض الأثرية تعد نماذج عظيمة للفن من العهـد الرومـانى وحتـى وقتنـا الحالى.

لكن ليس فقط الفن والآثار الباقية من الماضى هى عوامل الجذب الـسياحى في أسبانيا . بل هناك عوامل أخرى للجذب السياحى في أسبانيا .

فهناك الضيافة والحفاوة الأسبانية في استقبال السائحين من مختلـف الـدول وهو شيء لا ينساه السائح أبدا بعد زيارته لأسبانيا . كما إن مكانة أسبانيا فـي فـن الطعام المتميزة حيث تحتل أسبانيا المرتبة العالمية بعد فرنسا وإيطاليا فـي انتـاج العنب والمشروبات الكحولية وذلك في كل من " ضيرس " ومالقة و " أليكـانتى " . ولا يمكن أن ننسى أن أسبانيا تعد " جنة الليل " فالحركـة لا تتوقـف أبـدا خـلال

العطلات الأسبوعية سواء في المطاعم أو الملاهى الليلية والتى تظل مفتوحة طوال الليل

المدن السياحية في أسبانيا

١. مدريد ((العاصمة)) " Madrid "

" أصبحت مدريد " أسطورة أوروبا " حيث يطلق عليها اسم " عاصمة المتعة " وهذا يعنى ما يتمتع به السائح من حرية وأمن ورخاء وسلام .

وهذا ما أقره الكاتب الأسبانى تيرنو جلفان E . Tierno Galvan وهو ما يؤكد لنا ما وصلت إليه مدريد اليوم ، حيث لا يوجد غريب بها ، وهذا نتيجة لما يشعر به السائح من ألفة ودفيء عند وصوله إليها ، فلا يشعر بغربة بل يشعر بأنه في وطنة الأصلى .، فمن يزور مدريد ويبقى فيها لفترة – وإن قصرت – فهو يجد صعوبة في معادلاتها فهى مدينة لا تنسي " .

وتحتل مدريد مكانة سياحية " هامة نظرا لما يتوفر بها من أماكن ومناطق طبيعية خلابة ، ومزارات تاريخية متعددة ، ولذا فهى تحظى باهتمام وعناية هيئة اليونسكو UNESCO . كما تمتد في مدريد المبانى الأثرية الضخمة جنبا إلى جنب مع المبانى الحديثة التى لا تقل عنها قيمة وروعة ، لذا فمدريد وشوارعها تعد قطعة فنية برع الفنانون في صياغتها . كما تشتهر مدريد كمدينة سياحية نظرا لانتشار "Tro – Elros" مصارعة الثيران وراقص الفلامنكو الشهير ، والفنون المختلفة وتجارة التحف ، والتى تتصدر اهتمامات السائحين عند اختيار أسبانيا ، وبالتالى فان مدريد كمقصد سياحى تشبع ميولهم في الترفية والاستمتاع بمختلف الفنون .

٢. الأندلس :- " Andalusia "

تقع الأندلس في جنوب أسبانيا ، تطل على البحر الأبيض المتوسط من جهة وعلى المحيط الأطلنطى من جهة أخرى ، ويفصلها عن وسط أسبانيا حاجز طبيعي من سلاسل جبال سييرامارينا " Sierra Marena "

كما تتمتع الأندلس بأراضى غنية خصبة ، والعديد من المناظر الطبيعية الخلابة ، وجوها المعتدل ، وتعد تلك من العناصر الجاذبة للسياح إلى جانب حفاوة استقبال أهلها للغرباء والزائرين وأساليب الترحيب المختلفة بهم .

٣. المانشا : ـ "La Mancha"

إن إقليم المانشا هو الإقليم الأكبر في أسبانيا يغطى مساحة تقرب من ٨٠,٠٠٠ كيلو متر مربع . تتميز بالمناظر الطبيعية الساحرة ، يتخللها سهل متموج يمتلىء بطواحين الهواء الشهيرة ، والتى تتميز بها أسبانيا والتى تذكرنا بشخصية دون كيشوت والذى يعد عنوان البطولة والشجاعة والمثالية في أسبانيا ككل .

كما تشمل العديد من المناطق الطبيعية الغنية بالحياة الحيوانية والبرية مثل

Alcaraz , Montes de voledo , Guadala gava and Cuenca .

وبها بحيرة رائعة داخلية تعد مزارا للسياح إلى جانب محمية Las Vabl الطبيعية والتى تعد مزارا رئيسيا لعشاق الطبيعة . إلى جانب العدد الكبير من القلاع التاريخية والمزارات الأثرية المنتشرة لجذب السائحين المهتمين بالآثار والسياحة الثقافية .

كما أن الطبيعة الودودة والدافئة لسكانها ، وعاداتهم وتقاليدهم وإمكانية صيد الحيوانات والأسماك والجو الصحى الطبيعى من العوامل الجاذبة للسائحين الذين يسعون لتحقيق المتعة والإسترخاء ، ومن ثم تصبح الرحلة عبر المانشا رحلة لا تنسى وتجربة يسعى السائح دوما إلى تكرارها .

٤. نافارا "Navarra"

تقع نافارا في شمال أسبانيا فيما بين إقليم هويسكا Huesca وإقليم ساراجوس Saragossa وتقدر بحوالى ١٠,٤٢٠ كيلو متر مربع .

تظهر قيمته السياحية في ريفها الرائع النقى الهادىء وأهله المخلصين ، ولذا تعد نافارا مزارا هاما للسائح الذى يبحث عن الهدوء والاستجمام والاستمتاع بالجو الريفى النقى وكل ما هو طبيعى .

٥. بامبلونا : " Pamplona "

هى عاصمة إقليم نافارا ، يقدر عدد سكانها بحوالى ١٨٠,٠٠٠ نسمة تشتهر بكنائسها الضخمة الرائعة والى تعد مزارا سياحيا في حد ذاته .

٦. توديلا : Tudela

المدينة الثانية في نافارا ، وهى إقليم زراعى من الدرجة الأولى . ظلت تحت الإحتلال المغربى لعدة قرون ، وكان لذلك أبلغ الأثر والذى يظهر في كافة شوارعها .

ومن أهم معالمها السياحية " الكاتدرائية " العظيمة والتى بنيت بها في القرن الثانى والثالث عشر ، والتى تعد تحفة فنية رائعة في حد ذاتها .

ومن المعالم السياحية الشهيرة بها أيضا البوابة الأصلية التى تعرف باسم " **Puerta del Juicio** " وأيضا كنيسة سانتا آنا " **Santa Ana** " والتى تم بناءها في القرن الثامن عشر ، وهى تحفة فنية بها من الفن المعمارى ما يجعلها فريدة من نوعها ، ويسعى دائما السائحين إلى زيارتها . والحقيقة أن الزيارة إلى توديلا لا تكتمل إلا بعد تذوق الشوربة اللذيذة المصنوعة من الخضروات والتى تشتهر بها توديلا والتى تصنع من الخضروات المزروعة في هذا الإقليم .

٧. إيستلا : ((Estella))

يوجد بها أعظم الآثار والروائع التاريخية منها كنيسة سان رويال San Royal Palace وهى تحتل الصدارة للسياحة الثقافية في هذا الإقليم بصفة عامة .

٨. جزر الباليار : " Baleares " وجزر الكانارى ((Canarias))

يشمل الوطن الأسبانى ارخبيل الباليا الواقع في البحر المتوسط ، على مسافة ١٠٠ كم من القارة الأوروبية ، والجزر المعروفة ميوركا Majorque ومينوركا Minorque وايبيزا Ibiza و فورمينيرا Formentera .

ينعم هذا الأرخبيل بمناخ مستقر معتدل ، وهو غنى بالنباتات . ويحظى هذا

الأرخبيل باهتمام كبير من جانب مسئولى التنشيط السياحى في أسبانيا ، حيث أقاموا العديد من الفنادق مختلفة المستويات وذلك لخدمة الأعداد المتدفقة من السائحين الذين يسعون للمتعة والاستجمام بسياحة الـ " ٣S " , Sun , Sea , Sand "

أما أرخبيل الكنارى البركانى ينتمى جغرافيا إلى القارة الإفريقية ، فهو إقليم أسبانى . وينعم هذا الإقليم مثلة في ذلك مثل أرخبيل الباليار بمناخ معتدل وطبيعة جميلة ، مما يجعله إقليميا سياحيا من الدرجة الأولى .

٩. اندورا " **Andorra** "

تقع ولاية اندورا على الحدود الفاصلة بين فرنسا وأسبانيا ، وتشمل جملة من الوديان العالية مثل وادى فاليرا على المنحدر الأسبانى من جبال البيرينية بين ارتفاع ١٠٠٠ م و ٣٠٠٠ م ، وقد كانت هذه الولاية فيما مضى تعتمد على الزراعة بنسبة ٤% لأن معظمها جبال إلى جانب إنشاء المصانع في الوديان العالية لسد الحاجات المحلية وتصدير ما يفيض منها ، أما اليوم فتعتمد اندورا بشكل اساسي على النشاط السياحى وتدفق النقد الأجنبى .

اتجاهات السياحة في أسبانيا :-

مما لاشك فيه أن التغيير السياسى في أسبانيا منذ أكثر من ٢٥ عاما والتخلص من الديكتاتورية قد تبعته تغيرات قوية وسريعة في كل المجالات فقد تغير مفهوم السفر للسياحة ولم يعد يقتصر فقط على الطبقات العليا من المجتمع .... بل أصبح ضرورة اجتماعية للطبقة الوسطى للتعرف على دول وحضارات العالم ......

من أين يأتى زوار أسبانيا ؟

تحظى فرنسا بالنصيب الأكبر من عدد زوارها إلى أسبانيا بمعدل ٣٣,٦ % ، أما ألمانيا ١٥,٨ % ، يليها بريطانيا ١٣,١ % ، ثم البرتغال ١٠,٧ % ، بلجيكا ٢,٦ % هولندا ٢,٧ % إيطاليا ٥,٣ % سويسرا ١,٦ % النرويج ٠,٤ % باقى

دول أوروبا ٧,٦ % والولايات المتحدة اللأمريكية ٢,٣ % باقى أمريكـــا ١,٥ % باقى دول ٢,٢ % .

وعن المقصد السياحى المفضل داخل البلاد : –

الشواطيء ٤٩,٤ % الريف والمدن الصغيرة ٤٥,٩ % ، الجبال ٤,١ %

أما المقصد المفضل خارج البلاد : –

- فرنسا ١٧,٧ % – ١٢%
- بريطانيا ٩,٢ % – ٨%

ذروة السفر للسياحة :ـ

شهور شهور الصيف (من يونية إلى سبتمبر) ٧٩%
راس السنة (ديسمبر – يناير) ٩%
أعياد الربيع (إبريل)

وهى مرتبطة إلى حد ما بالاجازات عامة والاجازات المدرسية خاصة .

أسباب سفر الأسبان للسياحة الخارجية

يسافر المواطن الأسبانى للخارج لعدة أسباب منها . :

١. اكتشاف حضارات وثقافات أخرى ......
٢. رؤية العالم ..
٣. قضاء وقت الاجازة على مدار العام ....
٤. الاستمتاع بصحبة الاصدقاء والأهل خلال الرحلة ..

عوامل اختيار الأسبان للمقاصد السياحية :ـ

أوروبا هى بلا شك المقصد السياحى المفضل لسفر الأســبان وإن كـــان هناك العديد من الأسباب الأخرى والتى تحدد اختيار المقصد ....

١. الموضة السائدة :-

لمقصد معين خلال فترة زمنية معينة فمثلا حاليا الشرق الأوسط وأوروبا والكاريبى ، والولايات المتحدة هى الموضة السائدة .

٢. عروض الأسعار :-

المبدأ المعمول به هو التخفيضات الممنوحة في ظل المنافسة الشديدة بين شركات السياحة حيث تلعب دورا أساسيا في قرار السفر وتحديد وجهة السائح .

٣. أسعار النقل الجوى والبحرى :-

حيث تتنافس شركات الطيران في ظل الحرية الكاملة بالسوق لجذب أكبر عدد من السياح إلى بلادها

٤. قرب المقصد السياحة :-

حيث يمكن للأسرة أن تتحرك كلها في سيارة وتزور البرتغال أو فرنسا وهى بلاد مجاورة .

٥. الدعاية والإعلان والعلاقات العامة :-

ودورها الهام في تعريف المقصد السياحى وتحسين الصورة الذهنية عنه سواء للعاملين بالمجال أو الجمهور بهدف زيادة الطلب ..... وهناك أمثلة واضحة على آثر مثل هذه الوسائل في زيادة الطلب على مقاصد معينة مثل المغرب ، تركيا ، إسرائيل ، النمسا ، المكسيك .

٦. مصر كمقصد للسائح الأسبانى :-

اذا كانت مصر تمثل بالنسبة للسائح الأسبانى ثقافة وحضارة ومقصد سياحى يجب أن يزوره مرة خلال حياته..... إلا انه رغم ذلك لا تقف مصر فى المراتب الأولى لاختياره ......

ومن ثم فإن خطة العمل يجب أن ترتكز على نوع العرض من ثقافة وترويج ورياضة وسفارى وسياحة دينية لجذب شرائح جديدة .... مع ضرورة إضافة السوق الأسبانى " إلى الحملات التنشيطية التى تتم في مصر في أربعة أسواق

أوروبية هى فرنسا – إيطاليا – ألمانيا – بريطانيا لأن السوق الأسباني مكمل للطلب على مصر حيث يزيد الإقبال منها خلال أشهر الصيف مما يعتبر تشغيلا للمنشآت السياحية طوال العام .

تجربة الدول المنافسة لمصر سياحيا بالسوق الأسباني :ـ

١. المغرب : السوق الأسباني هى ثانى الأسواق أهمية بعد فرنسا للسياحة المغربية ، وقد يتعاقد المكتب السياحى الوطنى المغربى مركزيا مع وكالة Publicies الفرنسية لإدارة الحملة الدعائية في خمس دول أوروبية (فرنسا – ألمانيا – بريطانيا – إيطاليا – أسبانيا) كما تقوم بحملات دعائية متواصله بالسوق وبالصحف الجماهيرية والمجلات المتخصصة والأسبوعية وكذلك التليفزيون ..... وتركز الدعاية في السوق الأسبانى على أنها أقرب المقاصد السياحية بين الشرق والغرب تحت عنوان " Reino De Los Sentidos "

٢. تركيا : مرت تركيا في أكثر من تجربة بدأت مع وكالة دعاية واحدة لأكثر من سوق ثم انتهت إلى التعاقد مع وكالة DDD للسوق الأسبانى فقط بالدعاية بالصحف والمجلات تحت عنوان " أنت وتركيا " أو " بين الشرق والغرب "

٣. إسرائيل : بدأت إسرائيل الإهتمام الفعلى بالسوق الأسبانى منذ ١٩٩٣ بفتح مكتب سياحى مستقل مسئول عن أسبانيا والبرتغال حصل المكتب على ميزانية ضخمة قدرها مليون دولار لعام ٩٤/٩٣ خصص منها ٦٠٠,٠٠٠ دولار للتعاقد مع وكالة Unitros للدعاية والعلاقات العامة .... تتركز الدعاية بالصحف الجماهيرية والمهنية والمجلات وأحيانا بالتليفزيون وخاصة منطقة كتالونيا .... وحيث أن قيمة الطلب على إسرائيل صيفا من أسبانيا مثل مصر ، ومن ثم فإن الدعاية تتضاعف خلال الصيف .

٤. اليونان : تركز في الدعاية على السياحة الثقافية بالآثار والمتاحف إلى جانب الشواطيء والترفية بعنوان " استمع إلى قلبك " أو " من الصعب أن تجد كل ذلك في بلد واحد "

٥. البرتغال : تقوم الوكالة المتخصصة بالدعاية بالصحف والمجلات الأسبوعية والمحلية في أنحاء أسبانيا تحت عنوان " البرتغال بها أكثر مما تتصور " بالتركيز على ٣ مدن رئيسية : –

- لشبونة مدينة تاريخية أقيم بها معرض ٩٨ Expo
- ماديرا ... مدينة مثالية للمؤتمرات
- ازوروس .... لقاء مع الطبيعة

٦. النمسا : يركز السوق الأسبانى على حملة دعائية ذات شقين .... الأول عن " النمسا " كمقصد سياحى والثانى عن " فيينا " وما تتميز به من مزارات سياحية وأماكن طبيعية خلابة ، وتحقق بها نتائج ممتازة لإمكانية الزيارة خلال عطلة نهاية الأسبوع مع ليلة أو ليلتين .

٧. تايلاند : حملة إعلانات بالصحف والمجلات .... ومشاركة مع شركات السياحة الكبرى في تكلفة الدعاية للتشجيع على زيادة الطلب تحت عنوان

" تايلاند ... مختلفة ... رائعة "

خطة التسويق السياحى الخارجى في أسبانيا .

تهدف خطة التسويق السياحى في أسبانيا إلى الحفاظ على مركز الأولوية للسياحة الأسبانية في السوق الأوروبية ، مع تدعيم تدفق السياح من الدول الهامة الأخرى ..... كالولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان ....

أولا : أهداف هامة : ـ

١. استمرار الدعاية تحت شعار أسبانيا كل شيء تحت الشمس
٢. تطوير وسائل الحصول على المعلومات عن أى أسواق أخرى تصدر السياحة من خلال دراسة وافية لهذه الأسواق .
٣. تدعيم التعريف الأكمل بالمناطق السياحية الأسبانية الهامة بما يضمن التسويق الأمثل لها .
٤. تحصيل دقيق للعرض السياحى الذى تمتاز به الدول المنافسة في حوض البحر

المتوسط ودراسة مجهودات الدعاية لها .

ثانيا : أهداف استراتيجية :-

وهنا يجب التمييز بين ثلاثة أنواع من الأسواق

١. **أسواق تتمتع بأولوية :** مثل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا ، واليابان وإيطاليا وذلك لزيادة عدد القادمين منهم أو دعم معدلات هذه الزيادة .

٢. **أسواق تحتاج إلى تدعيم :** مثل بريطانيا وألمانيا والسويد والدانمارك والنرويج وفنلندا وذلك لتدعيم الأولوية التى تتمتع بها أسبانيا فيها كسوق مستوردة للسياح والتشجيع على السياحة الفردية .

٣. **أسواق مستقرة :** وتشمل كل من فرنسا وسويسرا وبلجيكا وهولندا .

ثالثا : أدوات الترويج السياحى :-

١. **الحملات الدعائية :** – وهى إحدى المقومات الرئيسية في أنشطة الترويج ، وتكون دائما موائمة للإستراتيجية المرسومة ، بحيث يمكن الحصول على أفضل النتائج . وتقسم إلى حملات دعائية عالمية عامة ، وحملات دعائية محلية في دول معينة وتأخذ في الاعتبار خصائص واحتياجات كل سوق .

٢. **المكاتب السياحية الخارجية :** وتنحصر وظيفتها في تشجيع التدفق من الأسواق العاملة إلى جانب إعداد

- أنشطة موجهة للجمهور .
- أنشطة موجهة للقطاع السياحى .
- أنشطة إعلامية تهدف إلى تكوين صورة مشرفة لأسبانيا
- أنشطة محددة إلى جزئيات معينة مثل سفريات للشباب ورحلات للمسنين .
- المساعدة في تسويق بعض المنتجات بالتعاون مع الهيئات الحكومية والخاصة

ومن خلال هذه الوسائل ووفقا للخطة العامة للتنشيط السياحة الخارجى

توجه أولوية إلى كل من الولايات المتحدة وكندا واليابان وإيطاليا ، وفي أمريكا اللاتينية فإن كل من البرازيل والمكسيك وفنزويلا تعتبر أسواق خصبة للتسويق السياحي .

٣. المعارض والأسواق والمؤتمرات : - حيث تعتبر قاعدة للإتصال بأسواق الدول المصدرة للسائحين وتساهم أسبانيا في كثير من المعارض السياحية العالمية .

٤. أنشطة التعضيد : - حيث تقوم الهيئة القومية لتنشيط السياحة Ture Spana بتعضيد البرنامج العام للترويج الخارجي وذلك بإعداد الدراسات عن كل قطاع وكذلك إعداد الندوات للعاملين في المجال السياحي لرفع مقدرتهم المهنية ، وتنظيم إجتماع سنوى لمديرى المكاتب الخارجية مع أعضاء الإتحادات السياحية في أسبانيا ليقدم كل منهم دراسة السوق المسئول عنها ويناقش سبل تنشيط السياحة فيها .

وهكذا تعرضنا لمحتويات خطة التسويق السياحي في أسبانيا مما جعلها على رأس قائمة الدول السياحية العالمية .

بعض المقترحات الخاصة بتنشيط اتجاه السياحة الأسبانية إلى مصر

١. العمل على إظهار العرض السياحي الذى تتميز به مصر " من ثقافة وترويح ورياضة وسياحة دينية ومؤتمرات لتنمية حركة السياحة الأسبانية .

٢. تشجيع مجموعات الشباب على السفر بأسعار خاصة في موسم الصيف مما يحتاجه قطاع الأعمال السياحي المصرى لتشغيل المنشآت السياحية طوال العام .

٣. التركيز على جذب شريحة هامة إقتصاديا وهم كبار السن .

٤. الاستفادة من قدوم سياح أمريكا اللاتينية إلى أسبانيا التى ما زالت ترتبط بها ثقافيا ولغويا وتجاريا والتشجيع على مد رحلتهم إلى مصر الأمر الذى لن يضيف كثيرا في النفقات فضلا عن ارتفاع المستوى المادى لمعظم القادمين

منهم وخاصة البرازيل والمكسيك .

٥. العمل على تنمية الاستثمارات الأسبانية في مشروعات التنمية السياحية في مصر وخاصة منطقتى البحر المتوسط والبحر الأحمر .

٦. الاستفادة من الخبرة الأسبانية في مجالات التسويق والتنشيط السياحى ومكافحة التلوث وحماية البيئة والتشريعات الفندقية وإنشاء مارينا اليخوت بمفهومها المطلق في أسبانيا وتنمية العنصر البشرى بالتدريب والتأهيل .

٧. تدعيم العلاقات التعاون والتبادل الفنى والثقافى بين مصر وأسبانيا كأطار لتنشيط العلاقات الاجتماعية بينهم وبالتالى تنشيط السياحة .

السياحة في سويسرا

تقع سويسرا في قلب أوروبا ، بلد متعدد الثقافات واللغات ، يحدها خمس دول هي : ألمانيا ، فرنسا ، إيطاليا ، النمسا ، جمهورية ليشنتاين ، وهي ملتقى الطرق والثقافات والحضارات الأوروبية ، تشتهر سويسرا ببحيرات رائعة ، وبأفخر أنواع الفنادق العالمية التي تقدم أشهى المأكولات التي تناسب جميع الأذواق ، وتفتخر سويسرا بأنها تحتوي على افضل شبكة بنوك في العالم ، بالإضافة إلى تصنيع افخر أنواع الساعات العالمية . وتقام الاحتفالات والمهرجانات في كافة أنحاء سويسرا ، ففي لوسيرن وجستاد تقام مهرجانات الموسيقى العالمية التي تدوم لعدة أسابيع . ويقام مهرجان موسيقى الجاز في منترو وبرن بالإضافة إلى مهرجان الفيلم العالمي في لوكارنو . ولا شك أن زيارة سويسرا اللوحة الطبيعية الرائعة من صنع الخالق هي أحد الأحلام التي تراود الأوروبيين والأمريكيين والآسيويين والأفارقة .

جولة في سويسرا

الانطباع الأول الذي يلاحظه الزائر في سويسرا هو جمال الطبيعة الحالمة بالإضافة إلى أن جميع المناطق مربوطة بشبكة رائعة من المواصلات الحديثة المجهزة بأحدث تقنيات النقل والمواصلات التي تصل إلى أي نقطة في سويسرا .

ويمكن التمتع بالطبيعة وبالمناظر الساحرة عند القيام بجولة فـي سويـسرا على متن أحد القطارات السريعة أو فـي الأتوبيـسات الـسياحية أو أن يـستقبل الضيف أحد السفن السياحية في الممرات المائية .

ونظام المواصلات في سويسرا دقيق في مواعيده.وموثوق به للغاية حيـث يتم ترتيب وتنسيق جدول انطلاق الرحلات بشكل يضمن لكل إنسان سهولة الانتقال من موقع إلى آخر وتذليل كافة الصعاب والمشاكل التي تواجهه .

شبكة المواصلات والقطارات والسفن السياحية

ويمكن خلال دقائق معدودة الانتقال من المطار والوصول إلـى محطـات القطار السريع حيث تتحرك رحلات القطار السريع كل ساعة من محطـة المطـار إلى محطات المدن الكبرى (زيورخ – جنيف) ولمدة ١٦ سـاعة يوميـا ، ويوجـد أيضا شبكة قطارات سريعة تربط المدن الكبرى مع بعضها البعض . وتتمتع هـذه القطارات بسمعة حسنة من حيث النظافة والراحة والدقة في المواعيد ، بالإضـافة إلى شبكة قطارات إضافية تصل معظم المناطق الجليدية وعربات (التل فريك) تنقل السائح إلى قمم جبال الألب المغطاة بالثلوج .

وإذا كان الزائر يفضل رؤية شـوارع وطرقـات سويـسرا فـإن خدمـة الحافلات تقدم له فرصة التمتع بذلك ، فهناك الحافلات والباصات الصفراء الفاتحـة من وسط المدينة إلى ابعد الأماكن والمناطق في سويسرا . ومنظر هـذه الحـافلات مألوف جدا في شوارع المدن الكبرى . جميع هذه الحـافلات تخـضع لإجـراءات الأمن والسلامة وذلك لضمان راحة المسافر ، وقد تم تنظيم شبكة الطـرق بـشكل فريد يضمن سرعة الوصول ، وتغطي سويسرا شبكة كبيرة من شـركات تـأجير السيارات الليموزين .

لا تفوت متعة السفر على متن إحدى المراكب الـسياحية فـي بحيـرات وانهار سويسرا المحاطة بقمم جبلية خضراء في غايـة الروعـة ، وللعلـم فـإن المراكب التي تجوب عباب البحيرات والأنهار السويسرية تتكون من أسطول مـن

١٧٠ من المراكب السياحية مجهزة بأفخم أنواع المطاعم ، ولذا تعد سويسرا بلد سياحي من نوع فريد لما تتمتع به من موقع فريد وطبيعة خلابة .

شبكة السكك الحديدية : شبكة جلاسير

وأما شبكة القطارات السريعة التي تربط أهم منتجعين في منطقة الألب هما : زيرمان والقديس موتيز . تمر هذه الشبكة في أروع المناطق الجليدية الخلابة ، وتقطع حوالي (٩١) نفقا و(٢٩١) جسرا . ومن مقطورة القطار السريع يستطيع الزائر إلقاء نظرة تأملية على أروع المناظر الطبيعية للجبال والسهول الخضراء والبحيرات الرائعة ، مع تناول وجبة الغداء في جو شاعري حالم . وهناك شبكة ويليم بل والتي سميت على اسم بطل سويسرا التاريخي في القرن الثالث عشر . تربط هذه الشبكة الحديدية منتصف سويسرا (المنطقة الناطقة بالألمانية) حيث عاش البطل ويليم بل مع المنطقة الجنوبية تيسنو ، وتتضمن الرحلة الصيفية جولة في مركب في البحيرات مع سفر على متن قارب بخاري ويمكن تناول وجبة الغداء بينما يمر القارب على أهم المعالم التاريخية في سويسرا ، وهنا فإن الرحلة السياحية تجمع بين جمال الطبيعة السويسرية وسحر المناظر الإيطالية . منطقة (جراوبولدن) والمنطقة الجليدية المحيطة بها ومنطقة الجرف الجليدي ويصعد القطار إلى مسافة ٣٥٢٢م فوق مستوى سطح البحر ومن ثم ينحدر إلى الأراضي الإيطالية إلى مدينة (تيرانو) . ومن نيرانو يستقل الزوار حافلات سياحية وتعود إلى الأراضي السويسرية برا . هناك أيضا شبكة جولدن باس وهي شبكة تعمل بين مدينتي (لوسيرن) و(مونترو) ، تربط بذلك بين بحيرة لوسيرن وبحيرة جنيف ، أي تربط المنطقة الناطقة باللغة الالمانية مع المنطقة الناطقة باللغة الفرنسية ، خلال هذه الرحلة يمر الزوار الضيوف على ٦ بحيرات في غاية الروعة . تنتقل من المواقع التاريخية في لوسيرن إلى انترلكين عاصمة اوبرلاند الجميلة ومن ثم تسلك الرحلة الطريق إلى منتجع (جستاد) في جبال الألب ومن ثم إلى مونترو مارة بحقول العنب على طول بحيرة جنيف . وهناك بعض المنتجعات الجبلية مثل :

1. القديس موتيز .. قمة ألبية على ارتفاع (١,٨٥٦م) مركز رياضي وموضعه ساحر وسط طبيعة خلابة .
2. ولاية ماترهم .. قمة جبلية على ارتفاع (٤,٤٧٨م) تطل على منتجع آخر هو (زيرمات) . يوجد أيضا منتجع (ساس في) افخر أنواع المطاعم .
3. قمة ريجي .. (١,٨٠٠م) تعتبر درة المنتجات الجبلية . وفيها سكة حديد أنشئت عام ١٨٧١م اقدم سكة حديد في أوروبا .
4. بيلاتوس .. (٢,١٣٠م) قمة جبلية تطل على منحدر وسهل في غاية الروعة والجمال . تشتهر بالعربات الجبلية (تل فريك) .
5. تيتليس .. (٣,٠٢٠م) موصولة بشبكة موصلات رائعة ، منتجع جبلي في غاية الروعة .

أهم المدن في سويسرا

1. زيورخ .. من أهم المدن العالمية لسياحة المؤتمرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وفيها تلتقي البنوك والمعارض الفنية والحضارة والتجارة وهي المركز التجاري الأول في سويسرا ، وتقع في الطرف الشمالي من بحيرة زيورخ الجميلة ، وتمتد عبر نهر ليمات ، وهي مدينة صغيرة يمكن التمشي خلالها في وقت الظهيرة وبها المحلات التجارية – لاسيما المجوهرات في كل الشوارع الصغير التي تتخلل المدينة القديمة ، ويمكن التعرف على زيورخ في جولات بصحبة مرشد سياحي لكي يشاهد الزائر أروع ما في هذه المدينة الجميلة من بيوت عتيقة ومباني حكومية وساحات بديعة وآثار قديمة ، وتشتهر زيورخ بنافورتها الأنيقة ، إذ تفخر بـ ١٠٣٠ بئراً للمياه العذبة في الهواء المنعش .

2. جنيف .. تمتد هذه المدينة العريقة بشكل هلالي رائع حول بحيرة جنيف بمياهها الزرقاء الصافية ، وهي من اجمل المدن العالمية الحديثة ، ومن افضل المنتجعات التي تشتهر بمناظرها الطبيعية الخلابة حول جبال الألب وبالعاب الرياضة المائية المتوفرة في بحيراتها المنعشة ، لاسيما التجديف وسباق

اليخوت ، وبها أيضا عدد هائل من الأسواق التجارية الكبيرة والمحال الأنيقة الصغيرة التي تزخر بأرقي المنتجات من كافة أرجاء العالم وتعرضها بأجمل صورة ، وجنيف بلدة صغيرة ترحب بزوارها دائما ، وتحتفل بالحدائق والمتاحف الأثرية والنافورات والأسواق ، ومن الرحلات الجميلة التي يمكن القيام بها رحلات بالقارب في البحيرة ، أو زيارة إلى قلعة (شاتودي كريلو) الشهيرة بزنزاناتها ومتحف الأسلحة الموجود فيها ، وجوها المنعش الجميل .

٣. بـال .. ثاني اكبر مدينة في سويسرا وتعتبر بوابة سويسرا الشمالية ، وتشترك بحدود مع فرنسا وألمانيا ، تقع على نهر الراين الذي يعتبر أهم معبر مائي في أوروبا ، وتعد بال أيضا قلب سويسرا الثقافي . تشتهر بال أيضا بوجود اكبر مركز تسوق في أوروبا .

٤. بـرن .. العاصمة الرسمية وفيها مقر الحكومة الفدرالي والبرلمان . المدينة القديمة في برن محافظ عليها بشكل رائع وقد اختارتها منظمة اليونسكو لتكون مدينة التراث الثقافي العالمي .

٥. لوزان .. اكبر مدينة في القسم الناطق باللغة الإيطالية ، وتقع على بحيرة لوزان الشهيرة ، وتعتبر من أهم مراكز التجارة والثقافة الغنية بالمعالم السياحية .

٦. نيوشاتل .. مدينة رائعة مصممة علي طراز عصري وسط البحيرات تحيط بها حقول العنب وفيها قلعة أثرية بنيت منذ حوالي ألف سنة . محاطة بحدائق غناء ، تشتهر أيضا نيوشاتل بصناعة الساعات ، أقيم فيها في عالم ٢٠٠٢م مهرجان المعارض الوطنية .

سويسرا ارض اللغات

(٦٤%) يتحدثون اللغة الالمانية (لغتهم الام) .

(١٩%) يتحدثون اللغة الفرنسية .

(٨%) يتحدثون اللغة الإيطالية .

(١%) يتحدثون اللغة الرومانية .

ويتحدث معظم الشعب اللغة الإنجليزية ، وتوجد أقليات عرقية تتكلم مجموعة متنوعة من اللغات .

السياحة في ايطاليا

هي بلد التاريخ والفن والتراث والجمال ، فهي كما يصفها العلماء متحف كبير مفتوح أينما ذهبت تجد الجمال يحفك من كل مكان . ويحد إيطاليا من الشمال فرنسا ، سويسرا ، والنمسا ، ويوجوسلافيا من الغرب والجنوب ؛ ومن الشرق البحر المتوسط فهي عبارة عن شبه جزيرة . ويقطن إيطاليا حوالي ٥٧,٧١٥,٦٢٥ مليون نسمة حسب إحصاء يوليو ٢٠٠٢ بمعدل نمو ٠٥% مقسمين على ٢٠ اقليم . ومساحة إيطاليا ٣٠١,٢٣٠ كيلو متر مربع منها ٢٩٤,٠٢٠ كيلو متر مربع مساحة الأرض ٧,٢١٠ كيلو متر مربع مساحة المياه ، ويمكن وصف مناخ إيطاليا بأنه مناخ البحر المتوسط عامة ؛ مناخ جبلي في الشمال (جبال الألب) حار جاف جنوبا . واهم البحار هي البحر الادرياتيكي (L'Adriatico) ، بحر لونيو (Lonio) ، بحر تيرنو (Tirreno) ، بحر ليجوري (Ligure) . واهم الجزر هي : جزيرة صقلية (Sicilia) ، جزيرة سيردينيا (Sardegna) . واهم الأنهار : نهر البو (Po) وهو أطول انهار إيطاليا ، نهر التيفر (Tevere) ، نهر ارنو (Arno) . واهم الجبال جبال الألب (Alpi) . واهم البحيرات : بحيرة جردة (Garda) ، بحيرة ترازيمنو (Trasimeno) ، بحيرة ميدجيورو (Maggiore) ، بحيرة كومو (Como) . واللغة الإيطالية (اللغة الرسمية للبلاد) ويطبق عليها العلماء اللغة الموسيقية أو لغة النوتة الموسيقية – بجانب اللغة الألمانية ، اللغة الفرنسية ، اللغة السلوفانية .

أما أهم المدن : (روما) وهي العاصمة بجانب العديد من المدن الأخرى الهامة مثل ميلانو ، تورينو ، فينيسيا ، بولينا ، نابولي ، باليرمو ، اسيزي .... وغيرها من المدن . وعدد المطارات : ١٣٥ مطارا . واهم الصناعات : الزئبق ، الرخام ، الكبريت ، الغاز الطبيعي ، البترول الخام ، الاسماك ، الفحم.

أهم المزارات السياحية في ايطاليا ..

بمدينة روما فقط (العاصمة) يفد إليها سنويا حوالي ٣ مليون سائح وهي مقر البرلمان الوطني (Montecitorio Eplazzo Madama) ومقر الحكومة ومجلس النواب (Palzzo Chigi) . وكما ذكرنا انه يفد إليها آلاف السائحين من كل حدب وصوب لزيارة آثارها الأكثر شهرة في العالم .

برج بيزا المائل (La Torre Di Pizza) ؛ المسرح الروماني ؛ الفنار الروماني (Il Foro Romano) ؛ نافورة الأماني (La Fontana Di Trevi) أوبرا كوليسيو (Il Colosseo) مدينة ايزي (Assisi) ؛ كنيسة القديس مونتو (Trinita Dei Monti) ؛ قبة القديس وقلعة القديس انجلو (Cupola Di San Pietro Ecastel Sant Angelo) ؛ كنيسة القديس فرانشسكو ومعجزة النبع الدير المقدس (Basilica di S. Francesco E. Miraeolo Della Sorgente) (Sarco Conventro) ؛ كنيسة القديسة كيارا (Chiesa Di Sante Chiara) ؛ كنيسة القديس روفينو (La Cattedrale Di San Rufino) الجبل الازرق (Il Monte Blu) ؛ الجبل الأبيض (Il Monte Bianco) ميدان نافونا (Biazza Navona) ميدان سان ماركو (Biazza San Marco) ميدان اسبانيا (Biazza Spagna) ؛ مدينة الفاتيكان (Citta Del Vaticano) الكوبرى القديم (فينيسيا) (Il Ponte Vechio) .... وغيرهم .

والكثير من الآثار التي لن نحصيها عددا ولكن هذه هي أبرزها أهمية فكما قلنا إنها متحف كبير مفتوح أينما ذهبت تجد آثار . واليك وصف لبعض هذه الآثار.

١. نافورة الأماني **La Fontana Di Treve** .. وهي واحدة من اجمل نافورات روما بل والعالم على الإطلاق وهي مصممة طبقا لتراث شعبي قديم ويقوم السائحين بإلقاء عملة معدنية في هذه النافورة متأكدين من العودة إلى روما مرة أخرى .

٢. أوبرا كوليسيوا Il Colosseo .. وهي أوبرا من عمل فيسبا سـيانو والابـن تيتو (Vespasiano E Del Figlio Tito) وقد تم بناؤها عام ٨٠ بعد الميلاد ويبلغ ارتفاعها ٥٠م ومساحتها ١٥٠ متر وهي رمز الخلود والأبدية في روما.

٣. ميدان سان بيرو Pizza San Piertro .. وهو يعتبر ميدان اثـري ويعتبـر هذا الميدان هو العمل الرئيسي لسان بيرو فعلى جانبيه يوجد ٢٤٨ عمود يغلـق مساحة كبيرة مثل ذراعين كبيرين .

- وفي الوسط توجد مسلة طولها حوالي ٢٥م .
- وعلى الأطراف يوجد نافورتان غاية في الجمال .
- وفي العمق يوجد كنيسة بازيليكية تمثل الوقار داخل الميدان يتقـدمها سـلم عالي ويفد إلى هذا الميدان الرائع السائحين من كل أنحاء العالم .

٤. مدينة اسيزي Assisi .. على طول جبل سوبازيو (Subasio) وفوق مستوى سطح الأرض بحوالي ٤٢٤م من المدينة (روما) تقع مدينة اسيزي .

فالمدينة تحتوي على كنوز فنية وبقايا فرانشسكية التي تحتفظ بها المدينـة منذ العصور الوسطى . ويمكن لأي شخص أن يصعد هذه المدينة الرائعة ورؤيـة البلد بشوارعها والأسوار المحيطة بها من أعلى ، ورؤية الحدائق والمنظـر العـام الذي ينفتح على وادي رائع من الكنوز الفنية .

خلاصة القول يمكن أن نقول أن إيطاليا (روما) هي البلد الـشاهدة علـى عصور وأزمنة متعددة وهذا هو سر جمالها .

السياحة في ألمـــانيـــا

ألمانيا من أكبر الدول الصناعية فـي العـالم ، تتميـز بارتفـاع الـدخول ومستويات المعيشة . كما أنها من أكبر الأسواق السياحية حيث يخرج أكثـر مـن ثلثى السائحين الألمان في سياحة دولية ، وهذا ما يعطيها أهمية بالغة بالنـسبة لأى مقصد سياحى .

من أجل مصر ورغبتها في جذب أعداد متزايدة من السائحين الألمان من خلال سياسات تسويقية موجهة للسوق الألماني ، كان من الواجب إعداد الدراسات الكافية عن السوق الألماني كدولة ذات أهمية خاصة في مجال السياحة . مع معرفة المقومات الاقتصادية والطبيعية ومستويات الدخول والأنماط السياحية وأكثر المناطق التي يفضلها السائحون الألمان . خاصة إذا عرفنا أن السائحين الالمان أنفقوا ٦٨,٨ بليون مارك في عام ١٩٩٥ على السياحة الدولية وأن معظم الزيارات السياحية الألمانية كانت إلى دول أوروبية .

المساحة والسكان والموقع والتضاريس والمناخ :

تبلغ مساحة الدولة الألمانية ٣٥٧٠٠٠ كم٢ ، أما أقصى النقاط الحدودية فهي ليست الواقعة في جزيرة زولت في الشمال وديشكا السكسونية في الشرق واوبرستدورف البافارية من الجنوب ، وزيلفكانت (شمال الراين – وستفاليا) في الغرب .

ويبلغ عدد سكان ألمانيا نحو ٨٣ مليون نسمة وهي ثاني أكبر دولة في أوروبا من حيث السكان بعد روسيا تليها إيطاليا ٦٠ مليون نسمة ، وبريطانيا ٥٩ مليون نسمة وفرنسا ٥٩ مليون نسمة إلا أن ألمانيا أصغر من فرنسا وتتكون ألمانيا من ١٦ ولاية .

تقع ألمانيا في وسط أوروبا ، ويمكن القول أيضا : في قلب أوروبا مما يعطيها مميزات سياحية أكبر . وما من بلد أوروبي آخر يجاوره مثل هذا العدد الكبير من الدول ، فألمانيا حولها الدانمارك في الشمال ، وهولندا وبلجيكا ولوكسمبرج وفرنسا في الغرب ، وسويسرا والنمسا في الجنوب ، والجمهورية التشيكية والسلوفاكية وبولونيا في الشرق ، وهذا الموقع المتوسط لألمانيا يجعل منها بلدا للعبور من كل جهة ، ومن أوروبا الغربية إلى أوروبا الشرقية من جهة أخرى وفي الوقت نفسه تشكل ألمانيا بإنتمائها إلى المجموعة الأوروبية وإلى حلف شمال الأطلسي ، جسرا يصل بين الغرب وبين دول أوروبا الشرقية.

ولقد أصبحت ألمانيا من أكبر الدول الأوروبية بعد أن حققت وحدتها الوطنية في الثالث من أكتوبر عام ١٩٩٠ إذ أصبحت جمهورية ألمانيا الاتحادية

وتمتاز ألمانيا بتنوع طبيعتها وجمالها الساحر ، فمن يسافر علـى الطريـق السريع من غار ميش وبار تنكريش في الجنوب إلى هامبورج في الـشمال يتـرك وراءه أولا الحدود الألمانية النمساوية وجبال الألب ومعها أيضا أعلـى جبـل فـي ألمانيا هو جبل تسوغ شبتسه (٢٩٦٣) مترا

ويمر الطريق في البداية عبر المنطقة الهضبية المنحدرة من جبـال الألـب والتى يبلغ ارتفاعها نحو ٥٠٠ م . وتمتد هذه المنطقة ، المسماه منطقـة مـا قبـل الألب حتى نهر الدانوب ، وهو النهر الكبير الوحيد في ألمانيا الذي يجـرى نحـو الشرق إلى البحر الأسود ، وبذلك يربط ألمانيا بجنوب شرق أوروبا وتتابع الطريق سيرها عبر الألب وهى جزء من سلسلة الجبال الوسطى الغنيـة بالغابـات والتـى تتميز بمرتفعاتها حيث تشيكوسلوفاكيا الغابة البافارية وغابة رينانيـا العليـا وإلـى الجنوب الغربي من الطريق تقع منطقة الألب السوابية والغابـة الـسوداء ، وإلـى الغرب تمتد السهول المنخفضة حول نهر الراين الأعلى الذي يشكل الحـدود بـين ألمانيا وفرنسا .

مناطق ألمانيا السياحية

١. ولاية بافاريا الحـرة .. بافاريا الحرة هى أكبر ولاية من ناحية المساحة . وهى تمتد من جبال الألب ، حيث يوجد أعلى جبل في ألمانيا وهـو جبـل (تـسوغ شبتسه) ويخترق نهر الدانوب ليصل إلى نهر الماين ، وفي عاصمتها ميـونيخ توجد أكبر جامعة في ألمانيا ، فيها أيضا المتحف الألمانى الذى يحتـوى علـى أكبر مجموعة من آثار العالم عن تاريخ العلوم الطبيعية والتكنولوجيـا وهنـاك عدد كبير من العمارات والمبانى التاريخية والمجموعات الفنيـة والمـسارح . وإلى الجنوب من ميونخ على أطراف جبل الألب ، مبنى ملك بافاريـا لـودفيج الثانى (١٨٤٥ – ١٨٨٦ م) قصوره الرائعة : ليند زهرف ونونسعان شـتابن ، وهيرن كيم زيبه .

٢. ولاية رينانيا البلاتينات .. تقع ولاية رينانيا البلاتينات في جنوب غرب ألمانيا الاتحادية مجاورة لبلجيكا ولوكسمبورج وفرنسا . وتستقبل الولاية عددا كبيرا من السياح يأتون إليها من جميع أنحاء العالم لا لشهرتها بعصير العنب وحسب ، بل ولمشاهدة الوديان الرومانسية الواقعة حول الراين الأوسط . ومن المدن التاريخية العريقة في الولاية مدينة ترير الواقعة على نهر الموزل ، وهى مدينة يزيد عمرها عن ألفى عام ، وكان عدد من الحكام الرومان في القرن الرابع الميلادى قد اتخذوا منها مقرا لهم . وما ميزها اليوم أنها عاصمة الولاية وهى منذ القرن الثامن مقر الأسقفية الكاثوليكية .

٣. ولاية شمال الراين – وستفاليا .. تقع هذه الولاية غرب ولاية هيسن وتجاور في الغرب بلجيكا وهولندا وتغطى السهول الألمانية الشمالية جزءا كبيرا من أراضيها ، أما بقية أراضيها فتغطيها السلاسل الجبلية متوسطة الارتفاع . وعلى مثلث الحدود الألمانية البلجيكية الهولندية تقد مدينة آخن التى تشتهر بمنابعها الساخنة المعروفة منذ العهد الرومانى ، والتي تشتهر بالسياحة الاستشفائية لعلاج أمراض الروماتيزم . وهناك مدينة بون التى تحتفل كل ثلاث سنوات بأشهر أبنائها لودفيج فان بيتهوفن حيث يأتى إليها عازفون عالميون وفرق موسيقية مشهورة للمشاركة في " مهرجان بيتهوفن في بون " ويعتبر هذا المهرجان حدثا سياحيا هاما في ألمانيا .

٤. ولاية برلين .. تعتبر هذه الولاية مركز حضارى ومدينة عالمية ، ففي جزيرة المتاحف الواقعة في مركز المدينة يوجد عدد كبير من الآثار التاريخية العالمية منها : مذبح برغامون المرمم ، بوابة السوق الرومانية وفي الجزء المغربي من المدينة توجد ثلاثة مراكز متحفية هامة :- في حى دالم – في حى حديقة الحيوانات (تيرقاين) وحول قصر شارلو تتوزع الحياة المسرحية مزدهرة ومتنوعة ، إذ أن النشاط المسرحى يشمل كافة أشكال المسرح فهناك الدراما الكلاسيكية والحديثة وهناك الأوبرا وغيرها .

٥. ولاية مكسونيا السفلى .. تقع ولاية سكسونيا السفلى إلى الشمال من ولاية

الراين – وسنغاليا وهى ثانى أكبر ولاية من ناحية المساحة ، تغطــى الــسهول الألمانية الشمالية ، على الجزء الكبير من طبيعتها الجغرافية وعلى مقربة مــن حدودها الشمالية المحازية لبحر الشمال تقع جزيرة (فريزيا الشرقية) التابعــة للولاية والتى تعتبر من المناطق السياحية المرغوبة جدا في فصل الصيف .

٦. **ولاية هامبورج ..** تتألف ولاية هامبورج من مدينة واحدة هى مدينة هــامبورج وتقع على نهر الألب على بعد ١٢٠ كم قبل مصبه في بحر الــشمال . وتعبــر هذه الولاية عن ماضى ألمانيا ، وتوجد في مدينــة هــامبورج ، بــرج كنيــسة (سانت ميناتيل) الشامخ في السماء. ومدينة هامبورج ولد فيها الموسيقى الكبير بوهافسن برامسن (١٨٣٣ – ١٨٩٧ م) وهى مركز موسيقى عريق ، والأوبرا الموجودة فيها هى أقدم دور الموسيقى في ألمانيــا . ولكونهــا مقــرا لوكالــة الصحافة الألمانية ، فإنها تعتبر حاضرة الإعلام السياحي في ألمانيا .

الاقتصاد الألماني :

الصناعة هى العمود الفقرى للاقتصاد الألمانى ، ففي ألمانيا الموحدة كان يوجد عام ١٩٩٥ نحو ٤٨٠٠٠ شركة صناعية يعمل بها نحو ٧ مليون شخص ولكن ثقل الصناعة في الاقتصاد الألمانى تراجع تراجعا ملحوظا نتيجة للتحول الذي طرأ على الهيكل الاقتصادى العالمي بعد العولمة ، فقد تراجعت حصتها من الناتج القومى الإجمالى من ٥١,٧ % عام ١٩٧٠ (الولايات القديمة) إلى ٣٤,٦ % عام ١٩٩٥ (ألمانيا كلها)

وبالمقابل ارتفعت حصة الخدمات التى تؤديها الجهات العامة والخاصة ارتفاعا كبيرا ، ففي عام ١٩٩٥ انتج قطاع الخدمات التابع للقطاع الخاص ٣٦,١% من الناتج القومى الإجمالى وتبلغ حصة التجارة والمواصلات ١٣,٨% .

ونحو ١,٧ % من المنشآت الصناعية هى شركات كبيرة يزيد عدد العاملين فيها على ١٠٠٠ شخص وبالمقابل فإن ٠,٧٥ % يعمل بها أقل من ١٠٠ عامل . وهذا يعنى أن الصناعة في جمهورية ألمانيا الاتحادية تتألف بمعظمها من الشركات

المتوسطة الحجم . ولكن الشركات الكبيرة أهميتها متنامية إذ ما يزيد على ٣٢% يشتغلون في الشركات الكبيرة ، ويبلغ حجم مبيعاتها نحو ٤٠% من حجم المبيعات الصناعية الإجمالية . ومن الشركات المعروفة عالميا والتى لها أيضا فروع أو منشآت انتاجية أو مراكز للبحوث منشرة على نطاق عالمى

- شركة سيمنس لإنتاج الأجهزة الكهربائية
- وشركات إنتاج السيارات فولكس فاجن – بى إم دبليو – دايملر بنز .
- شركات المواد الكيميائية هوكست – باير – باست – بوهرينجر .
- هناك أيضا شركة رور كولن المساهمة ، وشركتا إنتاج الطاقة فيبا و آر دبليو اس . ومجموعة بوش ، والشركات الكبيرة جميعها تقريبا مساهمة .

ألمانيا كبلد سياحى :

ألمانيا كبلد سياحى يتميز بتنوع مدنه وطبيعته على الرغم من رقعته الصغيرة نسبيا وحتى بالنسبة إلى الألمان فإن جمهورية ألمانيا الاتحادية تعتبر بلدا سياحيا محببا : إذ أن نصف السياح الألمان تقريبا يقضون أجازاتهم داخل بلادهم وقد أنفق السياح الأجانب ١٨,٣ بليون مارك في عام ١٩٩٥ . ويلغ عدد العاملين في القطاع السياحى ١,٤ مليون شخص . .

مواقع جذابة :

كانت المنطقة الناطقة بالألمانية خلال قرون عديدة عبارة عن رابطة هشة من كثير من الدويلات المستقلة بما فيها من مراكز حكم وعواصم صغيرة وكبيرة ، إلا أن جميع هذه الدويلات تقريبا شهدت ازدهارا رائعا في الحياة الاجتماعية والثقافية ، وخير دليل على ذلك التماثيل والمكتبات والمتاحف ومجموعات القطع الفنية والحدائق والمسارح المنتشرة من طول البلاد وعرضها ، والتى تشكل أهدافا سياحية محببة لعشاق الفن والعازفين بشئونه .

ومنذ توحيد ألمانيا ازدادت العروض السياحية الألمانية غنى وجاذبية بسبب العوائق الى كانت تحول دون الوصول إلى المناطق الطبيعية الخلابة وإلى المواقع

الكلاسيكية للحضارة الألمانية ومنها على سبيل المثال : فايمار وآيزناخ ، ودريسن.

بيد أن تنوع المناظر الطبيعية يجذب السياح أيضا . فعلى سواحل بحر الشمال وبحر البلطيق مع ما فيها من شواطيء جميلة وبحيرات ساحرة يتجه الناس إلى المناخ البحرى المعتدل .

ويكثر الإقبال على سواحل البحيرات في هولشتاين ومكلنبورغ ، ومن يحب التجول في الطبيعة الجبلية يقصد سلسلة الجبال الوسطى وجبال الألب . وهناك من الجنوب بحيرة كونستانس والبحيرات البافارية الساحرة التى يقصدها هواة الرياضة المائية ، إضافة إلى ذلك هناك المناظر الرومانسية الخلابة التى يجدها الزائر في وديان الأنهار الكثيرة : الراين والماين والموزل والينكر والدانوب والألبه .

وهناك أكثر من ١٠٠ طريق سياحية فرعية تنتشر خارج شبكة الطرق السريعة من مثل " طريق الأساطير الألمانية " والطريق الرومانسية " وطريق البنيذ الألمانية " وتصل إلى المواقع الآثرية القديمة وتضع أمام الزوار مختلف أنواع المعالم السياحية الطبيعية والمدن والقرى القديمة الهادئة .

السياحة الألمانية في مصر :

بلغ عدد السائحين الألمان في مصر يوليو / مارس ٩٨ / ١٩٩٩ ٣٠٢ ألف سائح قضوا ليالى سياحية مقدارها ٢٢٤٩ أما العام ٩٧ / ١٩٩٨ فقد بلغ عدد السائحين ٢٣٠ ألف ، أما الليالى السياحية ١٩٢١ ليلة أى حققت السياحة الألمانية زيادة قدرها ٣١% في عام ٩٩/٩٨ عن عام ٩٧ / ١٩٩٨ . وفي عام ٢٠٠٤ بلغ عدد السائحين الالمان حوالي ٩٨٠ الف سائح ، وتتجه معظم السياحة الألمانية إلى السياحة الترفيهية الثقافية في مصر لا سيما الأقصر وأسوان والقاهرة مع زيارة الغردقة للجانب الترفيهي .

الأسواق التجارية والمعارض في ألمانيا :

المعارض التجارية الألمانية ذات تقاليد عريقة . وقد تطورت في العصور الوسطى المبكرة عن أسواق منفردة ، كان الناس يؤمونها من أجل الأعمال

التجارية . وكانت هذه المعارض واقعة تحت حماية الحكام المحليين . فلقد قام القيصر فريدريش الثانى من ١١ يوليو عام ١٢٤٠م بمنح مدينة فرانكفورت الواقعة على الماين امتيازا لإقامة معرض تجارى ، ووضع التجار المسافرين إلى المعرض تحت حمايته .

ويعود الفضل في الازدهار اللاحق الذي شهده المعرض التجاري في لايبزنج الذي نجم عن أسواق تجارية كانت تقام هناك إلى الامتياز الذى منحه القيصر ماكسيمليان للمدينة عام ١٥٠٧م .

أما في يومنا هذا فإن تلك المعارض التجارية العامة الأغراض التى كانت تقام في ألمانيا ، قد تحولت إلى معارض تجارية متخصصة حول فرع اقتصادى واحد أو عدة فروع .

وتحظى ألمانيا كمكان لإقامة المعارض باعتراف دولى واسع النطاق فمن بين المعارض الدولية الاختصاصية القيادية والبالغ عددها نحو ١٥٠ معرض في العالم كله ، ويقام ثلثها تقريبا في ألمانيا وحدها .

وفي عام ١٩٩٥ أقيم في ألمانيا ١١٤ معرضا يتخطى الإطار الإقليمى ، اشترك فيه نحو ١٤٢٠٠٠ عارضا من بينهم ٦٤٠٠٠ عارضا أجنبيا ، وزار هذه المعارض أكثر من ١٠ ملايين شخص . ويقدر مجموع ما تنفقه الشركات من أجل الاشتراك في المعارض التى تقام في ألمانيا بنحو ثمانية مليارات مارك . وتقوم المعارض التجارية الألمانية بتوسيع عروضها باستمرار .

ولقد ازداد عام بعد عام عدد الشركات الأجنبية المشتركة في المعارض الألمانية حيث بلغت حصتها عام ١٩٩٥ نحو ٤٥ % أن تزايد العروض الدولية ينعش المنافسة ، ويؤدى بالتالى إلى زيادة عدد المشتركين فى المعارض الدولية . وإلى جانب المعارض التجارية الكبيرة ، يقام في ألمانيا سنويا نحو ١٨٠ معرض تجارى محلى وعدد كبير من المعارض التجارية الصغيرة .

أهم المدن الألمانية لإقامة المعارض التجارية هى :

برلين ، دورتموند ، دوسلدورف ، اسن ، فرانكفورد ، ماين ، هامبورج ، هانوفر ، كولونيا ، لايبزج ، ميونيخ ، نورنبرغ – دشتوتغارت .

- **معرض هانوفر** .. ينال معرض هانوفر الذى اسس في عام ١٩٤٧ ، والذى يقام في ربيع كل عام ، أهمية خاصة . اشترك فيه عام ١٩٩٦ ما يزيد على ٧٢٠٠ عارض من ٦٥ بلدا ، وبلغت مساحة حالات العرض ٣٢٠٠٠٠ مترا مربعا ، مسجلا بذلك رقما قياسيا جديدا . ولا يعرض في أى مكان هذا الكم الهائل من المنتجات الصناعية كما في معرض هانوفر إضافة إلى ذلك يرافق المعرض برنامج واسع من المؤتمرات الاقتصادية والندوات التى تنظمها الاتحادات الاقتصادية والشركات والتى تخدم المجال السياحى وتحقق تدفقه . ومنذ عام ١٩٨٦ يقام على أرض المعرض في هانوفر معرض سيبت وهو معرض خاص بتجهيزات المكاتب وبتقنية المعلومات والاتصالات . وقد زاره في عام ١٩٩٥ أكثر من ٧٥٠٠٠٠ شخص واشترك فيه ٦١٠٠ عارضا من ٥٦ بلدا .

- **معرض فرانكفورت** .. في فصلى الربيع والخريف تتحول فرانكفورت إلى مسرح للمعارض التجارية المختصة بالسلع الاستهلاكية مع التركيز على السيراميك والخزف والزجاج والحرف الفنية والحلى والأجهزة المنزلية واكسسوارات السكن . إضافة إلى ذلك تقيم فرانكفورت سلسلة من المعارض الاختصاصية المهمة مثل المعرض الدولى للسيارات والمعرض الدولى عن " المواد الصحية والتدفئة والتكييف " ومعرض انترشوف الخاص بأقمشة الملابس

- **معرض كولونيا** .. يقام فيه عدد كبير من المعارض منها : معرض أنوغا (السوق العالمية للتغذية) وفوتوكينا (المعرض العالمى للتصوير) والمعرض الدولى للأثاث . ومعارض تجارية أخرى للأجهزة والأدوات المنزلية والأدوات الحديدية والمعدنية .

- برلين .. تقام فيها معارض هامة مثل : الأسبوع الأخضر للزراعة والتغذية ، البورصة الدولية للسياحة ، معرض المستوردات من وراء البحار والمعرض الدولي لأجهزة ومعدات الإرسال والاستقبال .
- دوسلدورف .. يقام فيها معرض دروبا للطباعة والورق ، معرض المواد التركيبية ومعرض انتركاما وانترباك لتقنية مواد التعبئة والتغليف وكذلك معارض الأزياء / غيدو ".الذى يقام عدة مرات كل عام .

ولقد أدت الوحدة الألمانية إلى ضم شكلين مختلفين تماما من المعارض إلى بعضها : الشكل الغربى في تنظيم المعارض وهو يعتمد على الطريقة اللامركزية وعلى الاتفاق المسبق مع الشركات الاختصاصية الراغبة في المشاركة ، والشكل الشرقى الموجه من الدولة والذى كان يركز الاهتمام على معرض لا يبزغ كمعرض عام متعدد الأغراض . وفي الآونة الأخيرة ، قامت لايبزغ بتطوير مفهوم جديد للمعارض يعتمد على إقامة المعارض الاختصاصية وبنت لهذا الغرض مركزا جديدا للمعارض .

الأسواق التجارية والمعارض الخارجية :

نظرا إلى أن الاقتصاد العالمى يزداد تشابكا عاما بعد عام ، فإن تشجيع التسويق وتنشيطه عن طريق الاشتراك في المعارض الدولية في الخارج يزداد أهمية بالنسبة إلى الاقتصاد الألمانى . ويكون هذا التشجيع عن طريق الأجنحة المشتركة التى تقيمها الشركات الألمانية في المعارض الأجنبية لعرض البضائع والمعلومات .

في عام ١٩٩٥ اشترك نحو ٥٥٠٠ شركة ألمانية في المعارض الأجنبية وتقيم جمهورية ألمانيا الاتحادية بصورة منتظمة معارض صناعية في الخارج ، مثل معرض تكنوجرما الذى أقيم عام ١٩٩٤ في المكسيك ومعرض فيبرال الذى أقيم عام ١٩٩٥ في ساوباولو . كما اشتركت عام ١٩٩٢ في معرض العالم في أشبيلية واقيم المعرض عام ٢٠٠٠ على أراضيها في مدينة هانوفر تحت شعار " الإنسان • الطبيعة – التقنية "

الحركة السياحية في ألمانيا

في عام ١٩٩٥ قام ثلثين السائحين الألمان بقضاء اجازاتهم (٥ أيام أو أكثر) خارج البلاد ، وانفق السائحون الألمان ٦٨,٨ بليون مارك ، بينما انفق السائحون الأجانب في ألمانيا فقط ١٨,٣ بليون مارك في نفس السنة ، أى تحقق عجز قدره ٥٠,٦ بليون مارك .

في ألمانيا وأقاليمها السياحية زادت طاقتها الفندقية بنسبة ٣٧٧% بين عام ١٩٥٤ ، ١٩٨٨ وفي نفس الفترة زادت الليالى السياحية بمقدار ٢٠٠ % . وبعد الاتحاد الألمانى زادت هذه النسب إلى ٤٩٠ – ٤٣٦ خاصة من عام ١٩٩٥ . ولكن على الرغم من زيادة عدد الزيارات السياحية إلى ألمانيا ، فإن الإيرادات وصلت إلى ١٨,٣ بليون مارك مما يشكل عجز اقتصادى لألمانيا .

تحتل ألمانيا المركز الثالث عشر بين دول العالم السياحية من حيث أعداد السائحين . بلغ عدد الزيارات السياحية في ألمانيا عام ١٩٩٦ م ١٥,٢٠٥ مليون سائح أى بنسبة ٢,٥٦ % من إجمالى الزيارات على مستوى العالم .

اتجاهات الألمان السياحية :

أكثر المقاصد التى زارها الألمان الغربين هى النمسا وأسبانيا وإيطاليا بينما فقط ٣% من إجمالى الزيارات السياحية كانت لدول غير أوروبية .

في عام ١٩٩٥ حوالى ٥٩ % من الرحلات من ألمانيا الشرقية سابقا كانت إلى مقاصد أجنبية بينما كانت ٧٢ % من ألمانيا الغربية سابقا . وفى نفس الوقت كان اتجاه السائحين من ألمانيا الشرقية إلى دول أوروبا الشرقية حيث يزورها الضعف بالمقارنة بالسائحين من ألمانيا الغربية .

تزايدت أهمية السفر طويل المدى Long – distance travel منذ منتصف السبعينات . ويرجع سبب هذه الزيادة إلى تزايد شهرة دول البحر المتوسط بالإضافة إلى الرخاء الاقتصادى الذى يعيش فيه الألمان على الرغم مما تتطلبه عملية السفر من نفقات كبيرة في عام ١٩٩٤ كان ٤٧% من الشعب الألمانى

يفضلون قضاء الأجازة في الكاريبي ، ٣٥% في استراليا ، ٢٠ % في جمهورية الدومينيكان ، ١٦ % في جنوب أفريقيا .

الاتجاهات العامة للسياحة الداخلية :

٣٤ % من السائحين الألمان يقضون أجازاتهم في ألمانيا أى بما يمثل ٢٢ مليون شخص . السائحون الألمان والزائرون الأجانب في ألمانيا لأغراض العمل والمؤتمرات والمعارض يقضون أكثر من ٣٠٠ مليون ليلة .

إلا أن هذا الرقم أقل من الرقم الحقيقى لأنه في عام ١٩٨١ تم تغيير قانون تسجيل السائحين – المنشآت التى لديها أكثر من أسرة يجب أن تسجل الزائرين والليالى التى قضوها ، ولكن لا يوجد بيانات خاصة بالحجرات الخاصة على الرغم من أنها تمثل ٢٨ % من الإقامة عام ١٩٨٠ .

ولكن على الرغم من إنخفاض اهتمام الألمان بالسياحة الداخلية إلا أن الطاقة الفندقية زادت ، فقد تضاعفت منذ منتصف الخمسينات أربع مرات بين عامى ١٩٥٤ – ١٩٩٥ . وقد تعود هذه الزيادة إلى أن أجزاء كبيرة من البحر البلطى (وهى منطقة سياحية تقليدية في ألمانيا) قد أعيد افتتاحها للزوار مما أدى إلى زيادة الطلب على إنشاء وتجديد أشكال أخرى من الإقامة في المنطقة .

وقد زاد نصيب السياحة الدولية من ١٦,٢ % في ١٩٥٥ إلى ٢١,٤ % عام ١٩٨٥ ولكنه انخفض بعد ذلك إلى ١٥,٧ % في ١٩٩٥ وقد يعود هذا الانخفاض إلى الكساد في بعض الدول أو تغير أسعار العملات بالإضافة إلى ظهور مقاصد سياحية جديدة خارج أوروبا . ولكن على الرغم من ذلك إلا أن أعداد الليالى السياحية زادت من ٧٠ إلى ٢٦٠ مليون بين ١٩٥٥ – ١٩٩٥ (أى زيادة بنسبة ٢٦٨%) . أما بالنسبة الليالى السياحية التىقضاها الأجانب في ألمانيا ارتفعت من ٩,١ في ١٩٥٥ إلى ١٥,٢ % في ١٩٩٠ ولكنها انخفضت بعد ذلك إلى ١٠,٧ % للأسباب السابقة . أما متوسط مدة الإقامة يختلف بين السائحين الداخليين والدوليين حيث يميل السائحون الألمان الداخلين إلى قضاء فترات أطول سواء من خلال

العمل أو المؤتمرات والمعارض أو زيارة المدن الآثرية . ومتوسط مدة الإقامة انخفض في ١٩٩٠ من ٣,٦ يوم عام ١٩٨٥ إلى ٣,٤ يوم عام ١٩٩٠ .

أما بالنسبة لليالى السياحية فإنها تسجل أعلى درجة لها في المنتج السياحي والخدمات الشاطئية خاصة بعد الاتحاد وزيادة الطاقة الاستيعابية بصورة كبيرة ، لمقابلة الطلب الداخلى . أما التوزيع الزمنى للسائحين فيتركز في الموسم الشتوى .

الأثر الاقتصادى للسياحة :-

لم تتخذ الحكومة الاتحادية أى خطوات لتقليل عجز الانفاق السياحى الناتج عن زيادة الانفاق السياحى الألمانى في الخارج بالمقارنة بالإيرادات الناتجة عن السائحين الأجانب في ألمانيا ، وذلك على اعتبار أن المقاصد السياحية سوف تستغل الانفاق السياحى الألمانى فيها لشراء بضائع ألمانية وبذلك يستفيد الاقتصاد من السياحة .

أوضحت الدراسات أنه يوجد ثلاث أنواع من الآثار الثانوية للسياحة على الاقتصاد المحلى والقومى : -

أولا : أن العاملين في المؤسسات السياحية ينفقون دخولهم في تلك المناطق .
ثانيا : السائحون لا ينفقون على الإقامة فقط وإنما ينفقون على مجالات أخرى .
ثالثا : الخدمات التى تتطلبها السياحة تخلق وظائف غير مباشرة في المنطقة .

ويمكن حساب الأثر الاقتصادى للسياحة عن طريق :

(صافى الدخل / ليلة سياحية × الكثافة السياحية / ١٠٠٠ السكان)

الأثر الاجتماعى للسياحة في ألمانيا :-

أثر السياحة على البناء الاجتماعى الناتج عن تجمعات السائحين قد يكون إيجابى وقد يكون سلبى . ومن بين الأثار الإيجابية تحسين البنية الأساسية التى يستفيد أيضا منها الشعب بالإضافة إلى تحسين الدخول وزيادة العمالة مما يؤدى إلى تحسين مستوى المعيشة.

أما الآثار السلبية :

فالسياحة قد تدمر الأنظمة الإقليمية المحلية وحيث أن معظم المناطق السياحية توجد في مناطق ذات جمال طبيعي تزداد الحاجة إلى المنشآت .

في عام ١٩٧٨ ارتفعت أسعار المنشآت في منطقة الألب بما يعادلها في ميونيخ ، بينما زاد عدد السكان بشكل كبير في عام ١٩٧٤ في المنتجع السياحي الباڤاري في الألب ارتفعت أسعار الأرض خمسة أضعافها في بافاريا ، هذه الأسعار أدى بالتالي إلى منع ثلث السكان المحلية من شراء أراضي في تلك المنطقة . ومن الآثار السلبية أيضا أن المناطق ذات الجمال الطبيعي يتم استخدامها في المنشآت السياحية وبالتالي لا تصبح متاحة بالنسبة للجمهور بالإضافة إلى تأثير السياحة على الطرز المعمارية حيث تنتشر الطرز المعمارية الحديثة على حساب الأشكال المعمارية التقليدية المحلية . والأثر السلبي على المرور حيث يشكو الكثير من السكان المحلين نتيجة للاختناقات المرورية .

السياسة البيئية :

أصبح من أهم مهمام الحكومة والصناعة هو حماية البيئة التي يعيشون فيها حيث أن الضرر الذي يلحق بالبيئة ينتج عن العديد من العوامل منها الكثافة السكانية وزيادة التصنيع . منذ عشر سنوات أصبح التحكم في التلوث من الأولويات السياسية في ألمانيا وللحفاظ على البيئة التي يعيش فيها الإنسان . ومن أهم أهداف السياسة البيئية الحفاظ على صحة وحياة البشر والحيوانات والنباتات والأنظمة البيئية والهواء والماء والتربة والمناخ والأساسات الثقافية .

وكانت الخطوة الرائدة في هذا المجال عام ١٩٨٦ عند إنشاء وزارة البيئة والحفاظ على الطبيعة . كما دعت الحكومة إلى وضع سياسات بيئية دولية في إطار ثلاث مبادئ أساسية:

١. مبدأ المنع : المشروعات الجديدة بواسطة الحكومة والصناعة يجب أن تعمل على ألا تظهر مشكلات بيئية .

٢. مبدأ المسبب : أن المسئولية تقع على الأشخاص الذين يلوثون أويسببون اضرار للبيئة .
٣. مبدأ التعاون : حل المشكلات البيئية يقوم على الاتفاق المتبادل بين الدول والصناعة والشعب .

وكان من أهم التحديات البيئية هو الوضع في ألمانيا الشرقية حيث تلوث الهواء والماء والتربة . وتم وضع برنامج مكثف للقضاء على الملوثات وخلال ١٠ سنوات استطاعت الحكومة الألمانية الوصول بالمستويات البيئية في ألمانيا الشرقية إلى مثلها في ألمانيا الغربية .

ومن جانب ألمانيا فقد اتخذت العديد من الخطوات لحماية بحر الشمال من التلوث في المؤتمرات أعوام ١٩٨٤ ، ١٩٨٧ ، ١٩٩٠ لتقليل الملوثات الداخلة في بحر الشمال ، ومنع التخلص من المخلفات في البحر ، وهى إحدى الخطوات التى تنفذها ألمانيا بالفعل .

الحفاظ على الطبيعة والريف :-

قلل بناء المساكن والمواصلات والصناعة إلى حد كبير المناطق الطبيعية . وازدادت أهمية الحفاظ على الكائنات الحية من الحيوانات والنباتات ، وقد اتخذت الخطوات في برنامج الحفاظ على الطبيعة الذي يقدم الأساس للتخطيط الريفى ووضع التشريعات للحفاظ على المحميات التي تعيش فيها بعض الكائنات الحية النادرة .

وقد قامت حملة للحفاظ على الغابات أطلق عليها " **أنقذوا الغابات** " وينص القانون أن الشخص أو الشركة عليها مسئولية إزالة الأضرار التى الحقتها بالبيئة حتي ولو كانت لا يمكن تجنبها كنتيجة للنشاط الاقتصادى . كما تم إعلان ١٠ مناطق ذات أهمية خاصة كمحميات طبيعية في ألمانيا .

التحكم في التلوث الجوى :

ألمانيا مثلها مثل الدول الصناعية الاوروبية الأخرى ، حيث يتعرض الهواء للعديد من الملوثات من محطات الطاقة والتجارة والصناعة والمرور والتدفئة . ويظهر أثر التلوث بشدة على الغابات . وقد اتخذت العديد من الإجراءات للتقليل من التلوث الجوى عن طريق توفير البنزين الخالى من الرصاص والحفاظ على الهواء هو مهمة دولية . في ألمانيا نصف ثانى أكسيد الكبريت في الهواء يأتى من الدول المجاورة . كما أن نصف ملوثات الهواء الألمانية تحملها الرياح للدول المجاورة .

لذلك حظى مؤتمر جنيف لمنع تلوث الهواء عام ١٩٨٣ بأهمية بالغة من هلسنكى في عام ١٩٨٥ تعهدت ٢١ دولة بتخفيض انبعاثات الرصاص لديها بمقدار ٣٠% وتم توقيع اتفاقية مماثلة عام ١٩٨٨ بالنسبة للنيتروجين .

حماية البحار والبحيرات :

بذلت الحكومات الالمانية العديد من الجهود على مدار الأعوام للحفاظ على البحيرات والأنهار الألمانية من النمو المتزايد للصناعة . ولم يتم تحقيق أى تحسينات حتى تم إصدار تشريعات صارمة وتم اتخاذ الوسائل لتنقية المياه وإنشاء أنظمة صرف للمصانع . وكان من أهم الأهداف هو تخفيف العبء العضوى على المياه السطحية . ففي بداية السبعينات تلوثت الأنهار بشدة مثل الراين وماين كانوا يعتبرون ميتين وقد عادت الحياة لهم من جديد . فإذا لم يتم تنقية الملوثات على الأرض فإنها تصل إلى البحار عن طريق الأنهار والهواء ، حيث يتم تلويث البحر أيضا عن طريق البواخر وحاملات البترول في بحر الشمال ، مثل هذه المشكلات لا يمكن حلها إلا من خلال التعاون بين الدول الواقعة على بحر الشمال .

السياحة في النمسا

تقع النمسا في وسط أوروبا وقد اكسبها موقعها بجانب ما مرت به عصور طويلة من الزمن من تغييرات ثقافية وتاريخية أن أصبحت النمسا ذات طابع

جغرافي خاص جعل منها دولة كبرى تلعب دورا هاما بحكم موقعها كحلقة تـربط بين الشرق والغرب بجانب ما تتسم به من استقرار في الوضع الاقتصادي والأمـن الاجتماعي .

تمتلئ النمسا بالمناظر الطبيعية الخلابة ، والكثير من المنتجعات العلاجيـة ، والمنخفضات والمرتفعات التي تكسوها الخضرة على مدار العام ، وتتميز بالبيئـة النظيفة والهواء النقي ، مع إمكانية التجول فـي الغابـات ، والاسـتمتاع برائحـة الأزهار الزاهية الألوان ، والتي تتسم بآيات الجمال الرباني ، بجانب الكثيـر مـن وسائل الترفيه ، ويتحلى الشعب النمساوي بكرم الضيافة والود والمحبـة ، وهـذه الأشياء كلها متاحة للقادمين إلى النمسا وما عليهم إلا تخصيص الوقت الكافي لذلك

فيينا واشتراوس ومقاطعة الدانوب الأزرق

فيينا تلك العاصمة النمساوية التي تحقق أرقاما قياسية في مجـال الـسياحة في العالم ، حيث يزداد عدد السائحين خلال الستة اشهر الأولى من أي عـام عـن العام الذي يسبقه بنسبة ٦% مقارنة بما كان عليه التدفق السياحي خلال نفس الفترة من العام الذي يسبقه ، ويعتبر هذا الرقم قياسيا ، حيث تحتل النمـسا مـع فرنـسا وأسبانيا المراكز الأولى تليها روسيا ثم الولايات المتحدة وألمانيا .

في فيينا يمكن رؤية الآثار المتبقية من الطبقات الأرستقراطية حيث قـصر الأباطرة أو (الشرونبرون) ، الذي يعد واحدا من أهم قصور عائلة (هابسبرج) التي حكمت النمسا حتى نهاية الحرب العالمية الأولى ، والـذي بنـى لينـافس قـصر (فرساي) الفرنسي ، ويضم الشورنبرون ١٤٤١ غرفة إضافية إلى قاعـات عديـدة تحتوي على أفخم الأثاث الذي استخدمه الإمبراطور ليوبولد الأول و(الإمبراطـورة ماريا تريزا) ، وزيارة المدرسة الإسبانية للفروسية وركوب الخيل التي تعـد مـن المعالم الهامة للعاصمة فيينا ، والتي يجدر بالـسائح أن يحجـز مـسبقا لزيارتهـا والتمتع بمشاهدة عروضها الرائعة التي تقدمها الخيول منفردة أو بمصاحبة الفرسان . أو أماكن قضاء أوقات الفراغ العتيقة في زيها المعاصر . وبإمكان المـرء القيـام بجولة مثمرة لشراء الأشياء الفاخرة أو الاستمتاع بـبعض الوقـت فـي النـوادي

والملاهي الليلية بجانب القيام بزيارة لبعض المتاحف الضخمة المشهورة عالميا .
أما بالنسبة لعشاق الفن ففي فيينا توجد الكثير من القطع النادرة ، ومن الأشياء التي تترك آثارا لا تمحي من الذاكرة متحف سعات اليد والحائط الذي يحتوي على آلاف من القطع النادرة الصنع من أي مكان في فيينا إلى عام ١٨٩٦ أو الجلوس في مقاهي فيينا الشهيرة وخاصة في شارع كانترشتراسة ، الذي تصطف على جانبيه المقاهي التي تقدم الحلوى النمساوية الشهيرة بمذاقها الجميل ، والتمتع برؤية الفنانين وهم يقومون بعرض لوحاتهم وبرسم وجوه المارة . ولكون فيينا من ضمن العواصم التي تعيش فيها أجناس مختلفة ، فمن المألوف أن تسمع في الطرقات والشوارع الكثير من اللغات بما في ذلك اللغة العربية ، والاهم من ذلك أن القادم إلى فيينا يشعر للوهلة الأولى بالترحيب الحار من أهلها وتبقى مشاهدة فيينا تحتاج إلى المزيد من الوقت .

مناظر طبيعية متنوعة

أما بالنسبة للتضاريس الطبيعية فقد يجد القادمون للنمسا انهم في ارض خصبة مملوءة بالمناظر الطبيعية لمملكة النبات المتنوعة ، فعلى امتداد الجنوب الغربي توجد جبال الألب المكسوة بالخضرة وحيث أن أعلى قمة بها ٣٨٠٠ مترا أما في الجانب الشرقي فتوجد الأماكن التي تتصف بالهدوء حيث تحيط بها الخضرة الدائمة أو الغابات والبساتين والحدائق التي تنتشر في كل مكان ، ويتحلى الشعب النمساوي بالوعي بأهمية السياحة وبكرم الضيافة الزائد حتى تشعر وكأنك في وطنك وبين اهلك وأصدقائك .

وكل مدينة من مدن النمسا لها طابعها الخاص وجاذبيتها الساحرة ورونقها حتى انه لا يمكن الخلط بين الواحدة والأخرى ، فمدن النمسا ليست فقط بنايات تاريخية ومناظر طبيعية خلابة ، بل هي توفر عروض ثقافية مبهرة وإمكانات هائلة لقضاء أمتع الأوقات ، حيث أن المتعة من نصيب الجميع . ومن المميزات التي تتمتع بها النمسا وتكسبها مكانة سياحية خاصة على المستوى الدولي ، الاستقرار والأمن اللذان يشعر بهما الزائر ، والسائح لا يشعر بالملل أو الغربة

بسبب تآلف النمساويين واحتضان المدن النمساوية على مدار العام للعديد من المهرجانات الدولية للفنون والثقافية .

ملتقى الفن والغناء

في الصيف تصبح فيينا ملتقى الفن لا سيما الموسيقى والغناء إذ تقدم العروض الفنية الصيفية ويفد إليها عشاق الموسيقى والمسرح من العالم كله ، وفي قمة هذه العروض والاحتفالات الفنية يقام كل عام في إحدى الساحات القديمة مسرحية لهوفمان ستال هي يورمان أو كل الرجال التي تدور حول شخص غني نسي ذكر ربه على النعمة التي فضلها ، لكن يستيقظ عندما تدوي في اذنه عبارة يورمان التي تسمع بكل أرجاء المدينة وهنا يرجع إلى صوابه وذكر ربه .

ونود أن نشير أن السياحة هي قاطرة التنمية للنمسا لأنها صناعة كثيفة الاحتياج للأيدي العاملة تجر ورائها الكثير من الأنشطة ، مدرة للدخل ، تعمل على خلق العمالة وعلى تدريب الكوادر الفنية والبشرية ونجد أن موضوع الجودة هو معيار السبق في عالم اليوم والغد . وتشكل السياحة جانبا كبيرا من اقتصاد النمسا ، حيث بلغ معدل الليالي السياحية حوالي ٣٨٠٠٠ ليلة سياحية ويلغ الدخل القومي من ٢٠ : ٢٥% ، وبلغ متوسط إنفاق الفرد حوالي ٨٩٢ دولار في اليوم .

السياحة في اليابان

اليابان هى سلسلة طويلة ضيقة من الجزر التى تمتد على شكل قوس مائل في اتجاه الشمال الغربى في المحيط الهادى وتقع على الحافة الشرقية لقارة آسيا على نفس خط عرض شمال افريقيا وجنوب أوروبا وتتكون اليابان من ٤ جزر رئيسية هى هوكليدو / هونشو / شيكوكو / كيوشو إلى جانب العديد من الجزر الصغيرة .

وتنقسم هونشو إلى ٤ مناطق هى (توهوكو / كونتو / شوبو / كينكى / شوجو) وهى ¾ مساحة اليابان وتتكون من العديد من الجبال والتلال والمساحة المستوية المتاحة والصالحة للزراعة والتنمية الريفية تعتبر ضيقة جدا حيث يعيش فيها حوالى ١٢٥ مليون شخص في مساحة ضيقة جدا من اليابان .

المســــاحة :

يمتد الأرخبيل اليابانى الذي يقع تجاه الساحل الشرقى للقارة الأسيوية في قوس ضيق طوله ٣٨٠٠كم ، والمساحة الاجمالية لليابان حوالى ٣٧٧٨١٥ كم٢ وهى أكبر قليلا من المملكة المتحدة ، ولكنها ١/٩ حجم الهند فقط وحوالى ١/٢٥ من مساحة الولايات المتحدة وتمثل أقل من ٣ % من مساحة أرض العالم .

وشمال اليابان يقع على نفس خط العرض الجغرافى لميلان أدبور تلاند بينما جنوبها على نفس خط عرض جزر البهاما وهذا يعنى أن طول اليابان من الشمال إلى الجنوب يشبة المسافة من أوسلو إلى نابولى واليابان مقسمة إلى ٨ مناطق كبرى رئيسية و٤٧ ولاية .

البراكــــين والزلازل والمناخ :

توجد العديد من البراكين في اليابان لأن البلاد تقع في منطقة تتقابل عندها العديد من القارات ، وهذه البراكين تساهم في وجود الينابيع الساخنة ، وهي بدورها تساهم في علاج العديد من المرضى ، وأشهر البركين هى (Mt.Fuji) وهى أعلى منطقة في اليابان وواحدة من أجمل الجبال فى العالم ويمكن رؤيته من طوكيو عندما يكون الجو صحوا . وتشتهر اليابان بأنها واحدة من أنشط مناطق الزلازل في العالم .

وتقع الجزر اليابانية في المنطقة المعتدلة ، والمناخ معتدل بصفة عامة رغم أنه يتباين إلى حد كبير من مكان إلى مكان ، ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى التيارات الهوائية القارية من الشمال الغربى التى تسيطر على جو الشتاء وتيارات الهواء في المحيط من الجنوب الشرقى التى تسود في شهور الصيف .

وهناك أربعة فصول متميزة في أغلب أجزاء اليابان ، ويبدأ الصيف وهو حار رطب حوالى منتصف يوليو ، يسبقة موسم يستمر عادة حوالى شهر فيما عدا في هوكايدو ، وهى الجزيرة الكبرى التى تقع في أقصى الشمال ، حيث ليس هناك مطر على الاطلاق ، ويميل الشتاء إلى الاعتدال على الجانب الذي يقع على

المحيط الهادى ، مع أيام عديدة مشمسة ، في حين يميل الجزء الواقع على جانب بحر اليابان إلى أن يكون ملبدا بالغيوم . ومنطقة الجبال الداخلية واحدة من أكثر مناطق العالم جليدا كما تتميز هوكليدو أيضا بمواسم شتاء شديدة ، وتكون كلتا هاتين المنطقتين مواقع ممتازة لرياضيات الشتاء .

والربيع والخريف هما أفضل فصول السنة ، حيث تسود الأيام المنعشة والشمس الساطعة في أنحاء البلاد رغم أن سبتمبر قد يجلب الأعاصير والتى قد تغمر المناطق الداخلية بأمطار غزيرة ورياح عنيفة .

وتقع طوكيو العاصمة على نفس خط العرض الذى تقع عليه اثينا ، ولوس انجلوس وطهران ، وتتمتع المدينة بشتاء معتدل نسبيا ، مع رطوبة منخفضة . وجليد بين حين وآخر ، على عكس درجات الحرارة المرتفعة والرطوبة في شهور الصيف وينتج عن الجمع بين سقوط الأمطار والمناخ المعتدل وجود غابات سخية ونباتات وفيرة .

التضاريس والسكان :

تمثل تضاريس اليابان المعقدة أمرا مناقضا لمناخها المعتدل نسبيا ، وحيث أن الجزر اليابانية بها سلسلة طويلة من الجبال تمتد من جنوب شرق آسيا حتى ألاسكا . فقد أعطى ذلك للبلاد خطا ساحليا طويلا صخريا مع موانىء كثيرة صغيرة ولكنها ممتازة . كما أوجد عددا كبيرا من المناطق الجبلية ذات الوديان الكثيرة والأنهار السريعة التدفق والبحيرات الرائقة وتشكل الجبال حوالى ٧١% من جملة مساحة أرض اليابان وفقا لمسح اجراه معهد المساحة الجغرافية بوزارة التعمير وأكثر من ٥٣٢ من هذه الجبال يزيد ارتفاعها على ٢٠٠٠ م ويبلغ ارتفاع أطولها فوجى Fuj حوالى ٣٧٧٦ م ورغم أن بركان فوجى لم يثر منذ ١٧٠٧ م فإنه مصنف باعتباره أحد أنشط البراكين في اليابان ، وتكفل هذه البراكين للبلاد واحدا من أمتع أماكن البهجة هى الينابيع الساخنة المعدنية .

يبلغ عدد سكان اليابان تبعا لاخر احصائية عام ١٩٩٩ حوالى ١٢٥ مليون

فردا وكل السكان يابانيين ، ولكن أكثر من نصف السكان المقيمين في اليابان هم كوريين ، وتبلغ الكثافة السكانية في اليابان حوالى ٣٢١ شخصاً لكل كيلومتر مربع مما يضعها بين الدول الكثيفة سكانا مثل بلجيكا وهولندا وكوريا ، ويحث اليابانيين في الوقت الحالى في ثلاث مناطق رئيسية في مدن طوكيو ، أوساكا ، ناجويا والمحافظات المحيطة بها ويقيم ¼ اجمالى سكان اليابان في منطقة طوكيو الكبرى .

ويمر تكوين سكان اليابان من حيث السن بتغيير تدريجى . فالتكوين النموذجى قبل الحرب حيث كان جزء كبير من السكان من الأطفال في سن ١٤ عاما كانوا يشكلون قاعدة عريضة ثم أخذت تتراجع نتيجة للنقص في معدل المواليد . وفى عام ١٩٨٧ كان حوالى ١٠,٩ % من اجمالى سكان اليابان ممن بلغوا سن الخامسة والستين فما فوقها . وهذا الرجل الآن منخفض إذا ما قورن بدول غربية ؛ حيث النسبة حوالى ٢٠% و بريطانيا تزيد النسبة عن ١٥% غير انه لما كان متوسط فترة العمر فى اليابان هى الأعلى فى العالم حوالى ٨١ سنة للنساء و ٧٥ سنة للرجال فإن نسبة المواطنين المتقدمين فى العمر آخذه فى الإزدياد بشدة و من المتوقع أن تصل إلى ٢٣,٦%بحلول عام ٢٠٢٠.

الحياة العائلية :

قبل الحرب العالمية الثانية كان اغلب اليابانيين يعيشون فى أسر ممتدة من ثلاثة أجيال او اكثر ، وكانت العلاقات العائلية يحكمها نظام سلطة صارمة ، وكانت السلطة الأبوية قوية ، وكان الآباء يحظون بالإحترام والطاعة من ابنائهم وفى المقابل يقدمون الاحترام نفسه والطاعة نفسها لآبائهم ، وكان ينبغى للنساء المتزوجات ان يطعن أزواجهن وآباء وأمهات أزواجهن بإخلاص ، غير ان عملية إختفاء الطابع الديمقراطى التى حدثت بعد الحرب العالمية قد غيرت من جوانب الحياة العائلية اليابانية خاصة بعد صدور القانون المدنى عام ١٩٤٧ بمساواة الرجال بالنساء فى كل مظاهر الحياة فألغى بذلك الطابع الأبوى للاسرة .

وقد كان للنمو الاقتصادى تأثير كبير على الحياة العائلية أيضا فمن أبرز

التغييرات التي حدثت زيادة عدد الأشخاص الذين يعيشون في أسر صغيرة تضم الأبوين والأطفال فقط ، وهو اتجاه دعمه تعمير المدن والتطور التكنولوجي

وقد انخفضت الأسر الممتدة والتي كانت تمثل ٤٤% من كل الأسر عام ١٩٥٥ إلى ١٥,٢ % عام ١٩٨٥ وفي الوقت نفسه ارتفعت نسبة الأسر الصغيرة إلى ١٠,٦١ %من كل الأسر عام ١٩٨٥ وكان هناك تغيير آخر هو النقص الحاد في عدد المواليد إلى جانب الاتجاه المتزايد من هجرة الشباب إلى المدينة للبحث عن عمل والعيش في عنابر نوم الشركات أو بمفردهم ، فأدى ذلك إلى نقص متوسط حجم الأسرة اليابانية .

وقد تحول أسلوب حياة اليابانيين إلى حد كبير إلى استخدام الأجهزة المنزلية الحديثة على نطاق واسع إلى جانب التوسع في صناعات الأطعمة الفورية الأعداد والمجمدة ، وقد منحت وسائل الراحة هذه الأسر مزيدا من وقت الفراغ للقيام بالرحلات والسياحة إلى جانب المساعي التعليمية ، والثقافية ، وبصفة خاصة في حالة النساء المتزوجات اللواتي كن مقيدات بالأعمال المنزلية ونتيجة لتزايد وقت الفراغ أخذ عدد متزايد من النساء في العثور على وظائف والالتحاق بدورات دراسية .

وقد أدى ارتفاع مستوى المعيشة وثباته نسبيا إلى ظهور وعى قوى بالطبقة المتوسطة بين اليابانيين ، وخاصة أن الأغلبية الساحقة من الشعب ترى أنها تنتمى إلى الطبقة المتوسطة . وقد أدى إلغاء مجتمع الطبقات بعد الحرب إلى تحقيق مجتمع أكثر مساواه ، قلت فيه التفرقة على أساس الطبقة ، وقد انعكست هذه المساواة في الدخول ، وتعتبر الفجوة بين أعلى الدخول وأدناها في اليابان أصغر فجوة بين الدول الصناعية المتقدمة ، كما أن التغير الاجتماعى للأمة في أعقاب ثورة المعلومات زاد من تحسن احوال الحياة ، فيطالب الشعب الآن برفاهية وراحة أكبر في صورة ساعات عمل مخفضة ، ومزيد من الفرص للمشاركة في أنشطة التطوع والقيام بالسياحة .

العلوم والتكنولوجيا :-

يرجع تاريخ العلوم الحديثة والتكنولوجيا في اليابان إلى الجزء الأخير من القرن التاسع عشر عندما بدأت البلاد التى فتحت أبوابها تدرس بنشاط المعارف التى تستطيع أوروبا أن تقدمها ، وكانت اليابان في ذلك الوقت فقيرة في مواردها ، والطريقة الوحيدة التى تستطيع أن تتقدم بها اجتماعيا واقتصاديا هى من خلال الصناعات التكنولوجية التى يحققها شعبها – موردها الحقيقى للدخل القومى . ولا يختلف الاعتماد الضرورى لليابان على التقدم التكنولوجى اليوم عما كان منذ قرن مضى ، الذى تغير هو مكان اليابان في المجموعة الدولية حيث تعتبر الآن إحدى دول العالم الصناعية الكبرى ، ولذلك فإن اليابان نظرا لمكانتها يجب أن تشجع البحوث على نحو سوف يسهم في حل المشكلات ذات النطاق العالمى .

إلى جانب التأكيد على إعادة بناء هيكل المساعى العلمية الذى دمرته الحرب والحصول على التكنولوجيا من الخارج ، فاتسمت في أواخر الستينات وأوائل السبعينات بمشروعات على نطاق هائل ولقد حققت اليابان الآن قدرا كبيرا من البراعة التكنولوجية الفائقة وخاصة في مجال التكنولوجيا الالكترونية ولا تزال مساعى اليابان العلمية والتكنولوجية تتميز بتوجهها فقط نحو الاستخدام المدنى ، ولكن الملاحظ أن تمويلها يكون بواسطة القطاع الخاص ، وتضطلع اليابان بعدد كبير من مشروعات التنمية التكنولوجية واسعة النطاق مثل مشروعات الطاقة النووية حيث يوجد في اليابان تبعا لأخر احصائية عام ١٩٨٧ حوالى ٣٥ مفاعل نووى للطاقة الكهربائية تعمل في اليابان ، وتشكل حوالى ١٦% من طاقة توليد الكهرباء في البلاد وحوالى ٢٩% من اجمالى الكهرباء المولدة . إلى جانب بحوث استكشاف الفضاء ، وقد أطلقت اليابان فعلا العديد من الأقمار الصناعية لاستخدامات مختلفة تشمل التنبؤ بالطقس والاتصالات والإذاعة ورصد الأرض بأجهزة الاستشعار من بعد ، وتحاول أن تصبح شريكا نشطا في مجموعة متنوعة من المشروعات الدولية لاستكشاف الفضاء الكونى بواسطة الإنسان ، مثل المشروعات التى تتزعمها أمريكا لإقامة محطة فضائية إلى جانب مشروعات

البحوث والتطوير الرئيسية التى تجرى الآن ، وتشمل عدة مجالات مثل الموارد البيولوجية البحرية ومياه البحر وموارد قاع البحر ، وطاقة المد والجزر البحرية ، وحماية البيئة البحرية إلى جانب البحوث النشيطة في علوم النبات والحيوان بهدف توضيح العمل المعقد لكل الأنواع الحية ، وتطبيق النتائج في قطاعات التنمية البيولوجية ، تشمل الرعاية الصحية ، وحماية البيئة ، والزراعة ، وصيد الأسماك ، وتصنيع الأغذية ، والغابات ، والصناعات الكيميائية إلى جانب مجال الهندسة الوراثية للبحث عن أسباب بعض الأمراض كالسرطان والأمراض العقلية والسكر ، والبحث عن تقنيات الانتاج الكبير للمواد الطبية النادرة ، مثل الأنسولين وهرمونات النمو البشرى وتنمية كائنات لاستخدامها في الكيمياء الصناعية وعمليات التخمير وتربية .

المنتدى المصري الياباني :

الحقيقة أن انفاق السائح الياباني من أعلى المعدلات ، وستشهد الفترة القادمة زيادة ملحوظة في القادمين للسياحة من أوزاكا إلى القاهرة والسوق الياباني يعتبر على قمة الأسواق السياحية الواعدة بالنسبة لمصر . وقد كانت مصر هي البادئة بالتحرك اتجاه اليابان بعد احداث ١١ سبتمبر ، وكانت هناك حزمة من المبادرات النشيطة من تفيذ حملة علاقات عامة مهنية واعلامية بالتنسيق مع الجهات المعنية في قطاع الطيران السياحي المصري ومنظمي البرامج والرحلات بالاسواق اليابانية ، إلى جانب اعداد برامج للتنشيط والتسويق والترويج من أهمها برنامج تحفيز الطيران العارض المصري والياباني المتجه إلى المناطق السياحية المصرية المختلفة .

وقد اعرب ممثلو الشركات اليابانية عن ثقتهم التامة في تميز المقصد السياحي واستقراره وانه نتيجة لهذه الحملة التسويقية الدعائية ، عادت الباخرة العملاقة اسوكا لزيارة الإسكندرية وشرم الشيخ بعد توقفها عام ١٩٩٧ ، وقد اوصى المنتدى المصري الياباني بما يلي :

١. إنشاء مجلس سياحي مشترك .

٢. التوصية بتطبيق إجراءات تسهيل دخول السائحين ببطاقة الهوية .
٣. الإعلان عن امان المقصد السياحي المصري مع استمرار إجراءات لضمان الامن .
٤. تطوير حركة الطيران بين مصر واليابان لزيادة الطاقة الاستيعابية للنقل الجوي.
٥. أهمية توفير برامج سياحية جديدة تعتمد على عناصر الجذب للسائح الياباني مثل مراقبة ومشاهدة الطيور ، اجازات شهر العسل ، الواحات ، سياحة الجولف ، الغطس ، إضافة إلى الرحلات المدرسية .
٦. زيدة الحملة التنشيطية للمقصد في السوق الياباني وتركز الحملة على الرقم ١٤٠ المعبر عن زيارة وفد من الساموراي عام ١٨٦٢ واتخاذه شعارا للحملة .
٧. تكرار زيارة وزير السياحة المصري لليابان لتحقيق مزيد من التفاعل المشترك بين القطاعين المصري والياباني .
٨. دعوة رجال الأعمال اليابانيين للاستفادة من المجال الاستثماري المصري وتعريفهم بالضمانات والحوافز التي تقدمها الحكومة المصرية .

السياحة في قبرص

قبرص هي الجزيرة الجميلة التي تقع في شرق البحر الأبيض المتوسط مساحتها ٩٢٨٥٢ كيلو متر وسكانها من اليونان والأتراك وعاصمتها نيقوسيا والمدن الرئيسية فيها ليماسول Limaso وفماجوستا Famagosta وجزيرة قبرص تتمتع بطقس رائع وطبيعة خلابة وكرم ضيافة مبالغ فيه من أهلها الذين لا يستعملون كلمة "أجنبي" أو "غريب" بل يستعملون كلمة "ضيف" مما جعل نسبة كبيرة ممن يزورونها يقررون معاودة الحضور إليها ، إنها جزيرة قبرص .. ومن أهم صفات القبارصة إلى جوار الكرم وحسن الضيافة هي صفة الأمانة ، وترك السيارات في الشوارع مفتوحة النوافذ سواءا في النهار أو أثناء الليل شئ عادي ومألوف في قبرص .

وقد كتب عن هذه الظاهرة صحفيون وكتـاب عديـدون زاروا الجزيـرة وشاهدوا هذه الحقائق عن كثب قائلين إنها – أي قبرص – من أول بلدان العالم امنا وامانة .

إن قبرص هي اكبر جزيرة في البحر الأبيض المتوسط ، وتقع على ملتقى ثلاث قارات هي أوروبا ، واسيا ، وأفريقيا مما جعلها على مر قرون طويلة هـدفا للقادمين إليها من زوار ، وتجار ، وقراصنة ، وغزاة ، وقد أصـبحت الآن هـدفا للسائحين ، ورجال الأعمال ، الذين يستمتعون فيها بأحسن طقس ، ووسائل راحة ، وتسهيلات .

وهذه الجزيرة تحتوي على سلسلتين من الجبال تشق وسطها سـهول فـي المنطقة الوسطى – القسم الاعلى من الشمال الشرقي فهي بشكل شبه جزيرة ضيقة تسمى كارباس تمتد نحو الغرب وتشكل جبالا كلية تصل إلى ارتفاع ٩٥٩ متـرا ، هذه المرتفعات الشمالية تحتوي على أحراش صغيرة وتشتمل على قرى تعيش على الزراعة لاسيما زراعة العنب والحمضيات . وتشرف هذه الجبال على سهل يقـال له ميسورة حيث توجد بعض المساحات المجدبة . وفي أعمـاق الأوديـة تتكـون السيول المتدفقة ، مما جعلهم ينشئون السدود واقامـة الخزانـات المائيـة لـسقاية الزراعة وبدأت اغلب الأودية تتحول إلى حقول خـصبة لانتـاج القمـح والقطـن والبرتقال وفي المنحدرات يهتمون بزراعة العنب . وكل الاقـسام الـساحلية لهـذه الجزيرة تشتمل على مرتفعات بركانية هي مناطق قاحلة وقليلة السكان ويـستخرج منها معدن النحاس واسمه باللاتينية سبيريوم ومنه اشتق اسـم الجزيـرة . وكـان النحاس المستخرج من الجزيرة يصهر في مكانه ويرسل سبائك إلى مصر وبلاد ما بين النهرين . وهذه الثروة المعدنية فتحت أبوابها للغزاة الطامعين فاحتلها فرعـون مصر تحتمس الثالث عام ١٥٠٠ ق.م واحتلها سرجون ملك آشور في نهاية القـرن الثامن قبل الميلاد ثم احتلها داريوس "دار الفـارس" عـام ٥٦٠ ق.م وقـد احتلهـا الاسكندر المقدوني واصبحت للمرة الأولى تابعة لليونان وبموتـه أصـبحت تابعـة للبطالسة في مصر واحتلها الرومان عام ٥٨ ق.م . ولكـن الإمبراطـور سـيزار

أعادها إلى بطليموس ، وفي عام ١٧م أصبحت مقاطعة تابعة لكيليكيا وفي عام ٢٢م صارت تابعة لروما وفي أوائل القرن الأول للميلاد دخلتها المسيحية وزارها بولس الرسول الذي تمكن من إقناع حاكمها باعتناق المسيحية .. وهكذا يمتد تاريخ قبرص إلى اكثر من ٧٠٠٠ سنة قبل الميلاد حيث آثارها ترجع إلى العصر الحجري ، وفي القرن الثاني عشر قبل الميلاد جاء اليونانيون إلى الجزيرة جالبين لها اللغة والحضارة اليونانية ، ومنذ ذلك الوقت أخذت الجزيرة طابعها اليوناني ، وقد كانت هدفا لاحتلال الآشوريين والمصريين ، والفرس ثم جاءها الرومان ، وبعدهم أصبحت جزءا من الإمبراطورية البيزنطية حتى عام ١١٩١ بعد الميلاد عندما قام باحتلالها الملك ريتشارد قلب الأسد ثم جاء الفرنسيين وتلاهم حكم الفينيقيين حتى سنة ١٥٧٠ ، وتلاهم الأتراك حتى سنة ١٨٧٨ عندنا قام الإنجليز باستئجار الجزيرة من الأتراك ليشرفوا منها على مصالحهم في قناة السويس ، وفي سنة ١٩١٤ احتلت إنجلترا الجزيرة واعتبرتها إحدى مستعمراتها إلى أن نالت الاستقلال سنة ١٩٦٠ بعد كفاح طويل للشعب القبرصي .

وفي شهر يوليو سنة ١٩٧٤ قامت تركيا بغزو الجزيرة مستعملة أساطيلها الجوية والبحرية ، ودباباتها الحديثة ، وانزلت ٤٠ ألف جندي تركي قاموا باحتلال ٣٨% من أراضى قبرص ، وشردوا ٢٠٠ ألف من القبارصة اليونانيين من ديارهم ، حيث يعيشون الآن كلاجئين في الجزء الحر من الجزيرة ، ولازالت المشكلة القبرصية قائمة منذ ذلك الوقت ، وحتى الآن بدون حل رغم قرارات الأمم المتحدة المتكررة ، المنادية بانسحاب جميع القوات الأجنبية من الجزيرة ، وعودة اللاجئين إلى ديارهم ، وبالتالي استقلال جزيرة قبرص .

إن الجزيرة التي تبلغ مساحتها ٩٢٨٢ كيلو-مترا مربعا ، تحوي مزيجا من مزايا يندر تواجدها متجمعة ، فشمسها التي تندر أن تغيب عن سمائها طوال فصول السنة تجعل من شواطئها متعة لمحبي البحر وشواطئه ، بينما على بعد كيلومترات قليلة من الشاطئ توجد الجبال – واعلاها هو جبل ترودوس – الذي تغطيه الثلوج خلال فترة الشتاء حيث يستمتع بالتزحلق عليها هواة هذه الرياضة .

وفي مختلف أنحاء الجزيرة تتواجد الغابات ، والزهور ، واشجار الفاكهة المختلفة ، والتي تزيد من جمال الطبيعة فيها إلى جوار البحر ، والشواطئ ، والجبال ...

أهم المدن والمعالم :

نيقوسيا

هي المدينة العريقة الواقعة في قلب الجزيرة ، وعاصمتها من القرن الثاني عشر بعد الميلاد ، ويبلغ عدد سكانها حوالي ١٥٠ ألف نسمة ، وهي تتكون من نيقوسيا القديمة التي يحيطها سور المدينة الفينيقي القديم المبني في القرن السادس عشر والمعروفة بشوارعها الضيقة وما تحويه من مباني قديمة ومتاجر صغيرة تقوم بعضها بصناعة المنتجات التقليدية ، ومنها السلع النحاسية والفضية ذات الطابع الشرقي الجميل . ومن أهم معالم نيقوسيا القديمة القصر الكبير لرئاسة الأساقفة الأرثوذكسية والواقع إلى جوار كاتدرائية القديس يوحنا .. والمتحف البيزنطي وكذلك الحي القديم "لايكي بيتونيا" وشارعي "ليدرا" و"أونا ساجوراس" التجاريين ... ونيقوسيا الحديثة ، والتي امتدت خارج أسوار المدينة القديمة .. والتي تتميز بالشوارع الواسعة واهمها شارع مكاريوس ، والمباني الحديثة والفيلات الجميلة ذات الحدائق الواسعة وحمامات السباحة ، والعمارات الشامخة ، والمتاجر الكبرى ، والبنوك ، والمطاعم ، والمسارح ، ودور السينما والنوادي الليلية التي تقدم الموسيقى والغناء والبرامج الفنية التي تستمر حتى الساعات الأولى من الصباح .

ويوجد في نيقوسيا ٢٥ فندقا من مختلف الدرجات وبالتالي مختلف الأسعار ما بين خمسة نجوم ، ونجمة واحدة ، مما يوافق كل رغبة وكل ظروف .. والفنادق الكبرى تقدم قمة وسائل الراحة والخدمات وفيها المطاعم ومقاهي فاخرة تقدم مختلف الأطعمة القبرصية والعالمية ، وتحتوي على قاعات للاجتماعات والمؤتمرات مما جعل من نيقوسيا مركزا مثاليا للمؤتمرات في منطقة الشرق الأوسط ، والى جوار الفنادق توجد في نيقوسيا شقق فندقية للراغبين في هذا النوع

من الإقامة وهي أيضا مختلفة الدرجات ، بين الفاخرة والبسيطة الرخيصة الاجر .

ولعله من المؤسف أن الجزء الشمالي من نيقوسيا اصبح منذ عدة سنوات محتلا من قبل القوات العسكرية التركية .

ما يمكن مشاهدته في نيقوسيا..

المتحف القبرصي وما يحويه من نفائس تاريخية من بينها تمثال افروديت آلهة الحب والجمال – متحف الفنون الشعبية – قصر رئاسة الأساقفة – كاتدرائية القديس يوحنا – أسوار المدينة القديمة الفينيقية – بوابة فاماجوستا – العديد من الكنائس وما تحويه من زخارف ولوحات وأيقونات تاريخية – مختلف الأديرة وفي مقدمتها دير كيكو ماخيراس – كذلك المركز الثقافي الخاص ببلدية نيقوسيا ، والمركز القبرصي للصناعات اليدوية ، وبالطبع الأسواق القديمة منها والحديثة ، والتي تتواجد فيها مختلف المنتجات والسلع العالمية والقبرصية .

ليماسول.

إنها ثاني اكبر مدينة في قبرص ، ويزيد عدد سكانها عن ١٠٠ ألف نسمة ، وهي في نفس الوقت اكبر ميناء بحري في الجزيرة ، والمركز التجاري الأول بها ، حيث تم إنشاء ميناءها الجديد الضخم بالإضافة إلى مرفأ لليخوت .

وقد تطورت ليماسول في السنوات الأخيرة فاصبحت المدينة السياحية الأولى في قبرص ، بما تحويه من فنادق ومطاعم ، ومتاجر ، وملاهي ، هذا بالإضافة إلى الكرنفال والمهرجانات العديدة حيث لا يكاد يمر أسبوع خلال فصل الصيف إلا وتشهد المدينة مهرجانا جديدا بمناسبة عيد جديد ... فهناك عيد الزهور وعيد الفاكهة .

وقد أصبحت ليماسول تحمل عن حق اسم (مدينة الأعياد والمهرجانات) .

والفنادق في ليماسول كثيرة ، إلى جوار الشقق الفندقية ، وهي أيضا على درجات ومستويات مختلفة (ما بين خمسة نجوم ونجمة واحدة) وذلك لتناسب مختلف الرغبات ، وجزء كبير من هذه الفنادق والشقق الفندقية – خاصة الكبرى

منها – تقع على الشاطئ مباشرة ، وتقدم لنزلائها كافة وسائل الراحة والتسلية ومزاولة الرياضة بما فيها رياضة التزحلق على الماء

وعلى بعد قليل من ليماسول توجد المناطق الجبلية التي تغطيها الثلوج خلال فصل الشتاء .

ما يمكن مشاهدته في ليماسول

متحف الآثار – الحديقة العامة وحديقة الحيوانات – متحف الفنون الشعبية – القلعة التي فيها عقد قران ريتشارد قلب الأسد سنة ١١٩١ ميلادية ، والتي أصبحت الآن متحف القرون الوسطى – آثار اماثوس وكوريوم القديمة – معبد اوللو – قلعة كولوسي – شاطئ ليديز مايل – مزارع فاسوري للحمضيات والعنب بديعة الجمال – مختلف الكنائس والأديرة بما تحويه من نقوش ولوحات ، وبالطبع الشوارع التجارية وفي مقدمتها شارع ايوس اندرياس وشارع مكاريوس .

لارنكا

هي المدخل الرئيسي لزوار قبرص عن طريق الجو ففيها مطار قبرص الدولي الذي يربط الجزيرة بدول أوروبا والشرق الأوسط ، وهي مدينة عريقة ذات تاريخ قديم تبعد عن نيقوسيا حوالي ٥٠ كيلو مترا (حوالي نصف ساعة بالسيارة) ويبلغ عدد سكانها ٤٠ ألف نسمة ، فيها كنيسة القديس العازر الذي جاء إليها بعد أن أحياه المسيح بقدرة الله من الموت ومات مرة ثانية بعد ٣٠ سنة (عاشها في لارنكا) ، وفيها إلى جوار بحيرة الملح واحد من أهم الآثار الإسلامية وهي تكية هالا سلطان .

وقد تطورت لارنكا في السنوات الأخيرة تطورا كبيرا وملحوظا حيث انشئ فيها ميناء بحري ومرفأ لليخوت ، بالإضافة إلى مطارها الدولي الذي يمكنه أيضا استقبال طائرات (الجامبو) كما أقيم فيها عدد كبير من الفنادق الجديدة من مختلف المستويات ما بين الخمسة نجوم ونجمة واحدة ، وذلك إلى جوار العديد من الشقق الفندقية مما جعل المدينة عريقة بتاريخها وأصبحت مركزا سياحيا هاما في قبرص .

ما يمكن مشاهدته في لارنكا وضواحيها .

كنيسة القديس لعازر – تكية هالا سلطان – القلعة القديمة – المتحف – منطقة كيروكيتيا التي تحوي آثارا من العصر الحجري يرجع تاريخها إلى عام ٦٥٠٠ قبل الميلاد – بعض القرى التابعة للارنكا مثل قرية لفكارا المعروفة بالتطريز اليدوي ، وبالاضافة لهذا بالطبع مختلف المتاجر في مدينة لارنكا وخاصة الموجودة في شارع (هرمس) التجاري .

منطقة فاماجوستا (باراليمني – بروتاجوراس – ايانابا)

هي احدث المناطق السياحية في قبرص على بعد ٤٠ كيلو مترا إلى الشرق من لارنكا ، وهي تتميز بشاطئ عريض جميل ناعم الرمال وتحوي العديد من الفنادق والشقق الفندقية الحديثة من مختلف المستويات (وبالتالي الأسعار) إلى جوار مطاعم ممتازة تقدم مختلف الأطعمة وفي مقدمتها الأسماك . ومن أهم معالمها دير ايانابا الذي يرجع تاريخه إلى القرن السادس عشر والذي يطل على ميناء الصيد ومطاعم السمك المحيطة به .

بافوس .

إنها المدينة العريقة التي تقع على الشاطئ الجنوبي الغربي لجزيرة قبرص ، والتي كانت عاصمة قبرص في العصر الروماني ، والتي تتميز بآثارها التاريخية الهامة إلى جوار مناظرها الطبيعية الخلابة والتي يبلغ عدد سكانها ، الآن ١٠ آلاف نسمة .

وترتبط بافوس بأسطورة أفروديت إلهة الحب والجمال التي ولدت فيها والتي تتواجد فيها بقايا معبدها الذي كان من أهم أماكن الحجاج في العصر اليوناني القديم حيث كان يقصده آلاف منهم في كل عام من مختلف مناطق البحر الأبيض المتوسط .

وفي بافوس – شأن غيرها من مناطق قبرص – توجد فنادق وشقق فندقية عديدة من مختلف المستويات وبمختلف الأسعار .

ما يمكن مشاهدته في بافوس..

المتحف – مناطق الحفريات والمكتشفات الأثرية وما تحويه من نقوش بديعة بالموزايك (الفسيفساء) – القلعة البيزنطية ذات الأربعين عامودا – الحفريات الحالية للمسرح القديم ، الجمنازيوم ، وأوديون – القلعة واسوار الدفاع القديمة ، مقابر الملوك ، التي توجد فيها حوالي مائة منحوتة من الصخر تحت الأرض ، وبعضها يحوي أعمدة رائعة منحوتة بفن العصر اليوناني القديم – بقايا معبد أفروديت – مكان ميلاد أفروديت الأسطوري بجوار الصخور الواقعة في البحر قرب الشاطئ والمعروفة باسم (بتراتو روميو) – كنيسة القديس بولس التي تم اكتشافها حديثا والتي يرجع تاريخها إلى القرن الخامس بعد الميلاد – مناطق مزارع العنب – وادي شجر الأرز الرائع الجمال ، والذي لا يوجد مثيله في كل منطقة البحر الأبيض المتوسط – نبع الحب أو (حمامات أفروديت) والذي يقال أن من يستحمون فيه تعود إليهم قوة الشباب !!

الأماكن الجبلية – جبال ترودوس..

إن قبرص إحدى الأماكن القلائل في العالم التي تمكنك أن تستحم في مياه البحر الدافئة وفي نفس اليوم وخلال اقل من نصف ساعة بالسيارة تستطيع أن تتمتع بالتزحلق على الثلوج في جبال ترودوس وقمتها اوليمبوس التي ترتفع عن سطح البحر حوالي ٦٠٠٠ قدم (١٩٥٠ مترا) .

وجبال قبرص لا تقدم فقط الثلوج لرياضة الشتاء من ديسمبر (كانون الأول) وحتى مارس (آذار) بل إنها بطبيعتها الساحرة ونقاء وجمال هوائها البارد تعتبر جنة حقيقية لزوارها خلال بقية شهور السنة ، إنها الهدف الأول ليس فقط لعشاق جمال الطبيعة والاستجمام بل أيضا لعلماء النبات ، والرسامين والفنانين وهي المكان الأمثل لاقامة الاجتماعات والمؤتمرات .

إن منطقة الجبال هذه تعتبر بحق جنة صغيرة على الأرض حيث الطبيعة الساحرة المتميزة بالرداء الأخضر تزينه الزهور واشجار الفاكهة وغابات الأرز والصنوبر وشلالات المياه . وفي منطقة الجبال هذه تتواجد الفنادق الممتازة ،

مختلفة الدرجات والمستويات والأسعار ، وفيها تتناثر القرى والمراكـز الـسياحية الجميلة العديدة ومنها قرية فينسي المشهورة بصناعة الفخار . ومن أهـم المنـاطق الجبلية ترودوس – للاتريس – بيدولاس كالوباناپوتيس – اغروس – بيرابيدي .

ما يمكن مشاهدته في المناطق الجبلية

العديد من الأديرة : كيكوس – تروودیتیسا – خريسوریاتیـسا – الـصليب المقدس . العديد من الكنائس ومنها : اسينو (سنة ١١٠٦ بعـد المـيلاد) – بنايـاتو اراكا – مارياثيو توكوس (في غالاتا) ايوس نيكولاس (في كاكوبتريا) – الـصليب المقدس (في بلندري) – القديس يوحنا (في كابو بانايوتس) وغيرها .

السياحة في استراليا

لقد باتت استراليا محط كثير من السياح من كافة أنحاء العالم الذين يتوقون لزيارتها حيث تنفرد بطابع متميز من مناخ عليل وطبيعة سـاحرة ونظافـة بيئتهـا بالإضافة إلى الأماكن السياحية بها والأنشطة الترفيهية العديدة ومدنها ذات الطـابع العالمي .

استراليا ذات طبيعة خلابة وهي تمتد على رقعة طولها ٤٠٠٠ كيلو متر من الشرق إلى الغرب و٣٠٠٠ كيلو متر من الشمال إلى الجنوب وميزتها الأساسية تكمن في ما يمكن مشاهدته من مناظر طبيعية متنوعة وأنماط حياة مختلفة هي تجارب فريدة للسائح وتشتمل الزيارة إلى استراليا لزيارة الجولد كوست حيث التشويق والإثارة في مدينة سدني بالإضافة إلى طابع مدينة ملبورن المميز ، من مظاهر الاهتمام بالسائح في استراليا هي حرص الشركات السياحية على وجود فروع لديها في معظم المدن السياحية لتكون عونا للزائر في أي مكان يتواجد به ، وتوفير أماكن إقامة تناسب جميع الفئات من فنادق وشقق ملائمة في جميع أنحاء استراليا لتناسب محتاجيها من فرق فنية أو سياح أو رجال أعمال.

ومن مظاهر الاهتمام أيضا بالسائح العربي توفير المحلات التجارية لبيع المنتجات العربية ووجود موظفين ذوي كفاءة في اللغة العربية وتشغيل خط هاتفي

لاستعلام المسافر باللغة العربية عن أي معلومات تخص الرحلة ، بالإضافة إلى النقل المجاني للمساجد لزيارتها واداء صلاة الجمعة ، وهناك العديد من الخطوط الجوية التي تتجه رحلاتها إلى استراليا كالماليزية والسنغافورية حيث تؤمن رحلات منتظمة من دبي وجدة والقاهرة وتغطي جميع المطارات الرئيسية في استراليا وهناك خطوط جوية أخرى تؤمن توقيت ملائم (ترانزيت) أبرزها كانتي باسيفيك وطيران الخليج . كما أن شركة كونتاس هي الناقل الرسمي الأسترالي التي تعد الرحلات بالتعاون مع شركات الطيران الشرق أوسطية بالإضافة إلى الرحلات الداخلية في استراليا ، كذلك يمكن طلب سيارات الأجرة على الهاتف فهناك حد أدنى لسعر الأجرة إضافة إلى التعريفة المحددة وفقا للمسافة ، ويعلوا سيارة التاكسي لوحة إرشادية تبين ما أن كان التاكسي شاغرا .

ونتناول هنا الحديث عن المظاهر السياحية الحديثة لكل مما يلي :

مدينة سدني Sydney ومظاهر السياحة بها :

تشتهر هذه المدينة بالحياة العصرية ما بين متعة التسوق وأسلوب الحياة الحديث في ظل طبيعتها الخلابة التي تتخللها افضل المطاعم والمقاهي فهي تضج بحركة دائمة ونشاطات ترفيهية وثقافية ، وهي من المدن الأكثر أمانا ونظافة غير إنها تضم إحدى الموانئ الطبيعية الأكثر سحرا في العالم ومن مظاهر السياحة بسيدني :

- التنزه حول ميناء دارلينج Darling .
- تسلق جزر ميناء سدني .
- التنزه في منطقة روكس Rocks .
- مشاهدة مدينة سدني من قمة برج Amp .
- زيارة اكواريوم سدني وحديقة Botanical والحديقة الصينية و Imax Theatre ومنتزه سدني للاولمبيات وبيت الاوبرا ومتحف Power House وغابة Taronga .

- التسوق في اشهر المحلات والأسواق مثل Castlereagh - Elizabth St.– . Queen Victoria Building

- زيارة استوديو الثعالب Fox Studio تناول المأكولات البحرية في خليج Waston وزيارة Starcity كذلك زيارة العديد من المساجد بالإضافة إلى مشاهدة كهوف جينولان وتسلق الجبال الزرقاء .

جولد كوست Gold Coast ومظاهر السياحة بها :

تقع بين شاطئ خلاب تنبسط عليه الرمال البيضاء على امتداد ٧٠ كيلو متراً وغابات مطرية تتخللها مرتفعات جبلية وبها أجواء ترفيهية مذهلة وتتمتع بطقس مشرق طوال ٣٠٠ يوم من السنة ، وهي تعتبر مكان امثل لقضاء عطلة عائلية رائعة ومن مظاهرها السياحية :

- ركوب عربات القيادة لاكتشاف منطقة ما وراء الساحل .
- اللعب بأحدث تكنولوجيا الألعاب في مدينة فانتازيا Funtasia .
- الاستمتاع بالاستجمام على شواطئ الهادئ وشاطئ Eaplanade .
- الرحلات الليلية البحرية (Cruises) .

- زيارة محمية Currumbin وعالم الغابات وعالم الأفلام وعالم البحار وعالم الأحلام Paradise Country (هي مدينة تشمل وسائل ترفيهية كاللعب مع الكوالا والكانغارو ، وجزيرة للنمور ، والتزحلق على الجليد ومشاهدة عروض الكاوبوي ، وعالم عسل النحل ، وعالم الفاكهة الاستوائية ومتحف الشمع ، بالإضافة إلى وجود العديد من البازارات - Friday Nights . Esblanade

- النقل المجاني للمساجد وتوفير المطاعم التي تقدم وجبات حلال وفقا للإسلام .

- الحياة الريفية الاسترالية حيث تقام مزارع حقيقية يقومون فيها بكل مظاهر الحياة الريفية كركوب الحيوانات ومشاهدة عروض المزرعة وعملية جز صوف الخراف واستخراج حليب الابقار وممارسة لبعض الألعاب الشعبية

بالإضافة إلى مشاهدة طائر الامو وحيوان الكوالا والكانغورو والاستمتاع بحفلات باربكيو في الأدغال وحفلات الشاي والغناء والرقص الشعبي بالإضافة إلى مباريات رعاة البقر في ركوب الخيل والبقر Rodeo .

- الاستمتاع بزيارة Brispane وساحل صن شاين .

الفنادق وأماكن الإقامة

تتسم الفنادق والشقق في استراليا بجودة خدماتها على اختلاف درجاتها واعدادها الكامل كحمامات السباحة للأطفال والشواطئ الرملية المطلة على مياه البحر وحمامات السونا والبخار والينابيع ، وبالإضافة إلى نوادي الأطفال وأماكن الباربيكيو ومناطق انتظار السيارات المؤمنة جيدا ، وملاعب التنس والجولف ويتوفر في بعض الفنادق خدمات الحجز للرحلات البحرية أو لتذكرة الطيران أو تأجير الليموزين وغيرها من الخدمات التي يحتاجها السائح ، وتعتمد الحكومة الأسترالية قانونا صارما للتدابير الوقائية من حرائق في جميع أماكن الإقامة ويلتزم مالكي هذه المرافق بتطبيقها تفاديا للمخالفات لذلك يجب مراعاة العدد الأقصى المسموح به من الأشخاص الذين يقيمون في غرفة الفندق الواحدة، أو الشقة الواحدة لدى القيام بالحجز ولدى الوصول ، ومخالفة ذلك يؤدي إلى عدم قبول الفندق للنزلاء .

ملبـــورن Melbourne

هي ثاني اكبر مدن استراليا وهي مدينة أنيقة تجمع بين ناطحات السحاب والمباني العريقة التي مضى عليها ١٥٠ عام ، وتقع المدينة على ضفاف نهر بارا وفيها الكثير من حدائق والمنتزهات وهي مركز سياحي يجمع بين المهرجانات والتسوق والمقاهي مظاهر السياحة ملبورن .

- اللعب بعجلات الثلج في الجبال الزرقاء Buller .
- التنزه حول South Bank .
- مشاهدة ملبورن من قمة Rialto .

- التجول بترام المدينة .
- زيارة اكواريوم ملبورن وكوخ الكبتن للطبخ ومحلات الساحة اليونانية Greek Prcinet ومتحف ملبورن والغابة الملكية وحديقة الكنوز .
- زيارة جزيرة فيليب وحديقة Sovereign Hill ومزرعة Warrook Cattle وتناول العشاء في Colonial Tramcar .
- الاستمتاع بمشاهدة طريق المحيط العظيم والجبال الزرقاء ومدينة Heales Ville و Seal Rocks و Puffing Billy .

يتضح مما سبق أن استراليا مدينة السحر والجمال الخلاب وهي تعد مزار سياحي رائع حيث الغابات الاستوائية والطبيعة الساحرة والجزر الطبيعية وحيث تشتهر مدينة كيرنز Cairns بالحيد البحري الكبير وجريت بارييز ريف Great Brrier Reef ذو الجمال الأخاذ ، والغابات حيث تعيش اكثر من ١٤٠٠ صنف من الكائنات البحرية الغريبة لتكون اكبر حديقة بحرية في العالم ، وتنتشر في هذا الاكواريوم الطبيعي مئات الجزر الاستوائية التي تحولت إلى منتجات تناسب كافة الأذواق والميزانيات وتتدرج ضمن فئتين جزر Whitsundy وجزر الهاميلتون وفئة جزر الحيد البحري وجزر Upper Reef Islands التي يمكن الوصول إليها عبر طريق مطار كيرنز وبالمدن المفعمة بالحيوية والأسواق الفخمة حيث يتبع فيها نظام استعادة قيمة الضريبة عند شراء السياح للسلع التي يرغب في إخراجها كما تطبق على السلع التي تم شراؤها من متجر واحد بقيمة تفوق ٣٠٠ دولارا استراليا والتي يتم إخراجها منها حيث يمكن للسائح استعادتها عند بوابة المغادرة والتي تقوم بنسبة ١٠% على معظم المشتريات .

كما تتمتع استراليا بإقامة العديد من المهرجانات والاحتفالات السنوية واشهرها الأحداث الأولمبية كما حدث في عام ٢٠٠٠ لكرة القدم ، استراليا حقا هي واحدة من اكثر الأماكن التي تبث الشعور الدافئ بالمتعة والأمان وحفاوة الضيافة كما تعشقها الأعين لجمال طبيعتها وروعة ألوانها .

السياحة في سنغافورة

اندماج متوازن ، وتناغم مميز .. وحيوية خاصة لمدينة تجمع آلاف الخصائص السياحية الهامة من حيث تناسق البيئة والانسجام والتوافق بين جميع عناصرها والجمع بين التقاليد والتطور بين الشرق والغرب وبين التعقيد والبساطة ، كل ذلك يحدد شخصية سنغفورة ، المدينة التي تجمع بين عراقة التقاليد وحداثة التجديد بتناغم تام في مجتمع مكون من أصول مختلفة ، فهنا ستجد مكانا يتحول فيه الخيال إلى حقيقة ، وستجد في كل منعطف ما يدهش ، ويوما ما كان اسم سنغافورة "تاميسيك" أو (مدينة البحر) وقد اسسها السير ستامفورد رافلز عام ١٨١٩ ، فتحولت من قرية صغيرة هادئة للصيد إلى مدينة حديثة كبيرة تسكنها ٣ ملايين نسمة .

تتميز سنغافورة بمزيجها السكاني المكون من أصول متعددة ، مما يضفي طابعا فريدا من نوعه على هذا المجتمع المتعدد الثقافات ، ومن يرغب في المتعة والاستجمام فعليه بزيارة سنغافورة المدينة التي تقدم الكثير من الترقيه والتسويق .

أن سنغافورة من المدن الحيوية التي يسهل استكشافها في جولة على الأقدام ، خاصة أن محالها التجارية ومطاعمها تتركز في منطقة صغيرة ، والزائر لها يحرص على جولة يتمشى فيها بشارع (اورتشارد رود) الذي تشتهر به سنغافورة عالميا فقد سمي باسم الأشجار التي كانت بالمنطقة ثم تطورت فأصبحت الآن المنطقة الرئيسية التي تحفل بالمتاجر وألوان الترفيه والتسلية .

مدينة حديثة تتميز بمعالمها المتفردة

لقد ساعد موقع سنغافورة الجغرافي على جعلها من أهم مراكز الأعمال والتجارة في المنطقة والمميزة بمينائها البحري ومطارها الجوي المشهورين والمزدحمين على مدار السنة ، فالمطار يعد بوابة العبور الرئيسية إلى المنطقة ويستقبل ٦٩ شركة طيران ، ويعد نقطة ربط بين ١٣٣ مدينة في ٥٣ بلدا ، كما أن موقعها المميز على ملتقى طرق القارة الأسيوية يجعلها مركزا يجمع الشرق بالغرب وفيها الكثير من الأنشطة الفنية كحفلات برودواي الموسيقية والسيمفونية

الكلاسيكية ، والمسارح ، والموسيقى الصاخبة ، وكذلك المقاهي والنوادي الليلية ، ولا تستبعد أبدا مشاهدة حفل باليه يقام على بعد خطوات من أوبرا صينية تقليدية .

وتنفرد سنغافورة بالمشاهد الفنية الحية لتكون بذلك نقطة جذب سياحي لاحداث خاصة تشمل برامج عالمية هامة مثل باليه بولشوي الروسي ، والمغني الإيطالي لوشيانو بافاروتي والمغني الأمريكي مايكل جاكسون ، والحفلات الموسيقية مثل كاتس ، البؤساء ، فانتوم الأوبرا .

وتستضيف سنغافورة الأحداث الرياضية الضخمة على مدار العام مثل سباق دراجون العالمي للزوارق ، وجوني ووكر للجولف ، وبطولة كأس يبادمنتون كونيكا ، وبطولة تنس هاينكن .

والمفاجأة الأخرى هو في عدد المراكز الثقافية والمكاتب الحديثة ومراكز التسوق ، ففي سنغافورة ما يزيد عن ٨٠ فندقا من الدرجة الأولى ، و١٨ ملعبا رائعا للجولف ، ومجموعة كبيرة من المواقع السياحية والرومانسية وسط المدينة الساحرة. وعلى بعد خمس دقائق من الشواطئ الشمالية تقع جزيرة (سينتوسا) وتعني باللغة المالاوية الهدوء والسكينة ، ويعتبرها السنغافوريون كمنتجع بعيد عن ازدحام المدينة . وبالقرب منها جزر سانت جونز وكوسو حيث تحلو السباحة في البحيرات الزرقاء أو الاسترخاء على الشواطئ للتمتع بقسط من الراحة .

امتزاج الثقافات

. أن الحياة الثقافية في سنغافورة غنية ومتنوعة ويشارك فيها الكبار والصغار مما يضفي طابعا فريدا من نوعه على التقاليد المختلفة التي تعكس هذه الثقافات المتعددة .

وإذا قمت بجولة على الاقدام في (ليتل انديا) كامبونج جلام والحي الصيني الشهير فانك سوف ترى مزيجا من المنازل والمتاجر بهندستها المعمارية القديمة في تنافس مع ناطحات السحاب ، وإذا امتدت الجولة إلى الأسواق ، فانك ستتمتع بمشاهدة الأزياء الوطنية ، وزيارة المعابد القديمة والمساجد الرائعة ، وتذوق

الأطباق الشهية . في الحي الصيني يمكن تناول افضل المشروبات مع الأطباق الصينية المعروفة كشوربة زعانف القرش ، بينما في الشوارع القريبة تتوفر المطاعم الفخمة التي تقدم الأطباق الفرنسية المشهورة . والى جانب المعبد الهندوسي القديم .

وتطل في سماء سنغافورة مآذن المساجد التي بناها المسلمون الأوائل . كل ذلك التباين والمزيج بين الثقافات يولد سحرا سياحيا ذا طابع خاص لا يدركه إلا من يزور سنغافورة .

أن مجرد زيارة سريعة لهذه الأماكن غير كاف ، فلابد من التعمق في هذا المجتمع المرتبط بتقاليده وعاداته التي ورثها عن الاجيال السابقة ، فالعائلات الملاوية في ملابسها التقليدية (باجو كورنج) على وصال دائم مع المجتمع وتتابع ترابطها الاسري مع العائلات الأخرى .

ورجال الأعمال الصينيون يختارون الأيام السعيدة لانجاز اعمالهم وصفقاتهم ، أما ربات البيوت الهنديات فهن عادة ينشغلن بتحضير الوجبات اللذيذة للعائلة والأصدقاء خلال فترات الأعياد ، وفي كل مكان تبحث فيه ستجد سنغافورة المكان الذي تلتقي فيه التقاليد والحداثة بتناسق تام .

مهرجانات الألوان

عند زيارة سنغافورة فلابد من الاطلاع على برامج الأنشطة الموزعة على مدار السنة والتي تمثل مجموعة مشوقة للاحداث .

تقدم المهرجانات تجربة مختلفة في اللون والتميز ، وتوفر انطباعا جيدا عن الثقافات الغنية التي تؤكد أن سنغافورة نفسها تعتبر ميراثا غنيا . ففي (ثيميثي) يسير الهندوس على جمار الفحم الملتهبة ، والتي باعتقادهم إنها تطهر أنفسهم من دنس الحياة ، أما الصينيون فيحتفلون بسنتهم القمرية الجديدة على طريقتهم الخاصة ، ولا شك أن الزائر سيعيش مهرجانا دائما على مدار السنة يفسح له المجال للاستمتاع والمشاركة .

وهناك تشكيلة غنية من المهرجانات الصينية في سنغافورة بالإمكان التمتع بمشاركة الصغار وهم يحملون المصابيح في مهرجان الخريف ، أو الاحتفال ببطولة شاب صيني أثناء مهرجان زوارق التنين .

لا شك أن المشاركة في تجربة (ليتل انديا) خلال (ديلافالاي) عندما يضاء سيرانجون بالأنوار البراقة الممتدة إلى الشارع العام الرئيسي ، أو حتى تذوق وجبات العشاء المعروضة في الركن الملاوي الرئيسي في منطقة جيلانج أثناء مهرجانات هاري أمرا ممتعا بحد ذاته .

كما يجب عدم اضاعة فرصة المشاركة في احتفالات سنغافورة التي تمتد من نوفمبر ولغاية فبراير ، عندما تقدم سنغافورة (أطول حفل في العالم) ويعروض للاضواء ومهرجانات الأعياد وذلك ابتداء من اضواء عيد الميلاد في شارع اونرشارد إلى الألعاب النارية أثناء راس السنة القمرية .

إضافة إلى كل هذا هناك حدثان هامان يقدمان سنويا شهري يونيو ويوليو يصوران ولع أهالي سنغافورة بالطعام الجيد والتسوق ، وهما مهرجان سنغافورة للأطعمة وعروض الأسعار المخفضة ، إذ باستطاعة السائح أو المواطن التمتع بتشكيلة الأطعمة ، أو الحصول على عرض مميز للتسوق خلال هذه الفترة .

بالإضافة إلى هذا فإن الفترة تتميز أيضا بمهرجان الفنون حيث بالإمكان الحصول على افضل الفنون الأسيوية والعالمية في أماكن العرض المميزة في المدينة .

أطباق رائعة

يعد الطعام عاملا مهما في الحياة اليومية في سنغافورة ، فالمطاعم على جميع مستوياتها منتشرة من الخدمة على قمة أطول فنادق العالم وصولا حتى مراكز الباعة المتجولين ، حيث بالإمكان الحصول على افضل تجربة غذائية في حياة البشر ، فالأطباق الصينية ، المالاوية ، والهندية وغيرها تجدها في كل زاوية في سنغافورة . وهناك مطاعم تقدم افضل الأسعار في المنطقة مثل الأطباق

الأوروبية الهندية والبراناكان (مزيج من المطبخ الصيني والمالاوي) .

وهناك اكثر من ٥٠٠ مطعم توفر الوجبات التي تناسب جميع الأذواق والتي تجمع بين المطبخ المكسيكي والياباني والإيطالي واليوناني والأمريكي الهندي ويمكن التمتع بإحدى هذه التجارب في إحدى المطاعم الواقعة على مقربة من نهر سنغافورة عند رصيف الزوارق أو رصيف كلارك ، وهناك العلامة التجارية الخاصة بأطباق سنغافورة والتي هي عبارة عن مزيج المطبخ الأسيوي والغربي ، ولتذوق هذه الوجبات الرائعة والمميزة لابد من زيارة دوك شينجز في فندق رافلز أو الذهاب إلى المركز في منتزه العلوم ، أما الذين يبحثون عن التجديد ، فلا شك أن زيارة ضواحي سنغافورة . والمشاركة برحلة إلى (القزية الهولندية) التي يعج أحد شوارعها بمحلات تناول المشروبات والحلويات والمقاهي تمنح تجربة مميزة لا تنسى .

واجمالا هناك تنوع كبير في الوجبات تلبي جميع الأذواق ، وللذين لديهم اهتمامات اكبر في المأكولات السنغافورية ، هناك دورات للطبخ ، وجولات لتذوق الأطعمة ، وشهر مهرجان المأكولات في سنغافورة الذي يقام في يوليو ، يعد واجبا على متذوقي المأكولات المشاركة فيه .

التســـوق

التسوق في سنغافورة هو التشكيلة والجودة والقيمة الشرائية الجيدة للمال والخدمة الممتازة ، فهناك احدث الإلكترونيات والمشغولات اليدوية التقليدية والملابس التي تحمل اشهر الماركات العالمية الأوروبية وبرامج الكمبيوتر كلها مضمونة الوجود في سنغافورة.

ولا شك أن تشكيلة البضائع هو في الحقيقة فرصة استثنائية ، والأزياء لاشهر المصممين العالميين موجودة في المراكز التجارية الكبيرة مثل سان تك سيتي ، نيجي آن سيتي أو وسما اتريا . كما تقدم المخازن التجارية المحلية مثل تانجز ومترو تشكيلة واسعة من الأزياء المحلية والعالمية . وإذا كنت تفضل تجربة تسوق مختلفة فإن (الحي الصيني) (وليتل انديا) (مامبونج جلام) تقدم كل شئ ابتداء من البضائع التقليدية والهدايا التذكارية إلى الأدوات المنزلية اليومية .

وهناك مزادات عالمية تقام بانتظام بواسطة كريستيز ، ساوثبي ويونهامز . إلى جانب هذا هناك صالات عرض متخصصة في الفن الأسيوي والغربي . ويقام معرض ترويزور للقطع الأثرية مرة في السنة ، ويقدم افضل المجوهرات والرسومات والكثير من حول العالم لهواة جمع الفنون .

وإذ كنت ممن يحبون التسوق ، فقم بزيارة سنغافورة بين شهري يونيو ويوليو للتمتع بـ (مهرجان الأسعار المخفضة) حيث تقوم صناعة التجزئة مجتمعة بعرض تخفيضات ضخمة تشمل جميع المتاجر في الجزيرة ابتداء من الملابس والبضائع الإلكترونية والكاميرات والمأكولات وصولا إلى الألعاب الصغيرة .

مناخ سنغافورة

تتميز سنغافورة بمناخها اللطيف والدافئ على مدار السنة حيث تتراوح درجة الحرارة بين ٢٤ و٣٣ درجة مئوية . وتهطل الامطار من نوفمبر ولغاية فبراير بشكل متقطع لتضفي على الجو نوعا من البرودة .

اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة معظم السنغافوريون يتكلمون اللغة الإنجليزية مع لغتهم الام التي تكون عادة الماندرين ، المالاي أو التاميل .

الفنادق والمنتجعات

هناك اكثر من ٩٤ فندقا تقدم إقامة درجة أولى ، وأجنحة فخمة إلى جانب فنادق متوسطة تقدم الراحة والأسعار المناسبة ومعظم هذه الفنادق تقع في مناطق الأعمال والتسوق .

التجول في المدينة

هناك ٦٩ شركة طيران عالمية رئيسية تتوقف في سنغافورة حيث تتضاعف خيارات التنقل بوجود آلاف سيارات الأجرة ونظام الحافلات الزهيد الرسوم ، ونظام القطارات ووسائل النقل السريعة (ماس رابيد ترانسبورت . أم ار أي) التي تنقلك حيث ترغب بأقل نسبة من المشاكل ، وتمنحك (بطاقة السائح)

وقيمتها ٧ دولار سنغافوري تنقلا لا محدودا في اليوم بواسطة الحافلة أو وسائل النقل السريعة . كما بالإمكان الحصول على بطاقة صعود إلى الحافلة بقيمة ٥ أو ١٢ دولار سنغافوري مقابل التنقل ليوم واحد أو ثلاثة ايام ، والخيار الآخر هو الحصول على بطاقة حافلة لسنغافورة ترولِلي بقيمة ٩ دولار سنغافوري للكبار و٧ دولار سنغافوري للصغار .

وهذه الخدمة تخولك تنقلات غير محدودة على مدار اليوم لزيارة الأماكن السياحية والمهمة في سنغافوره ، ولذا فإن شعار سنغافورة السياحي هو (لتكن سنغافورة وجهة سفركم التي تمنحكم اجمل لحظات العمر) .

السياحة في إندونيسيا

الجولة بين الجزر الخضراء في الارخبيل الاندونيسي ممتعة ، لا مثيل لها في أي مكان من العالم كله في جمالها التي تبهر السائحين العاديين .

ففي إندونيسيا يمكن أن تجد الفنادق الراقية الممتازة (خمس نجوم) المواجهة للشواطئ ذات الرمال البيضاء والمجهزة بالألعاب المائية من الملاحة بالقارب الشراعي ، والغوص ، والطيران بالمظلات التي تجرها القوارب السريعة ، والمغامرات الملاحية في الأنهار .

ففي جزيرة بالي يمكن للسائح أن يستمع إلى الأنغام الجميلة الناعمة من الجاملان وهو مجموعة من الآلات الموسيقية التقليدية المصنوعة من النحاس ، وفي (سو) يمكن أن تلتقط صورا من اورانج اوتان (إنسان الغابة) مباشرة في وسط الغابة ، وفي الإمكان مشاهدة كاربان (مسابقة الثيران) في جزيرة مادورا وشراء التحف في جاكرتا .

وهذه الأمور كلها ليست حلما في المنام ، لان الارخبيل الاندونيسي عبارة عن سلسلة الجزر الواقعة في جنوب شرق آسيا ، يقدمها السكان للسياح والضيوف بكل فخر واحترام .

وهناك الكثير من السائحين من أنحاء العالم يعتقدون بأن الرحلة البحرية

إلى اتجاملان طويلة مملة مقارنة برحلة العودة منها ، كما يعتقد بذلك الاندونيسيون أيضا إلا أن الحقيقة خلاف ذلك ... فهي رحلة ممتعة لمن يرغبون البقاء لايام قلائل في حضن الطبيعة .

التسوق والأسواق في إندونيسيا

لكل زاوية من زوايا مدينة جاكرتا العاصمة مظاهر جمالية كثيرة ، فهناك (بلوك أم) و(محلات فندق انداه) و(بلازا سنايان) وغيرها تمثل مراكز تجارية للطبقة العليا في جاكرتا حيث تباع مجموعات كبيرة من البضائع في كل زاوية منها ، وفيها المحلات الكبرى مثل ليبو كاراواتشي والمركز التجاري منغا دوا ومحلات بوري انداه وسيبو والبوتيكات الصغيرة الأخرى .

واما المركز التجاري المعروف في مدينة بندونج فيكون في المنطقتين إحداهما في شارع شيها مبلاس والأخرى في شارع شيباديوت المعروف بشارع الجينز ، ففي شيهامبلاس سلسلة من محلات الجينز وملابس الرحلات الجميلة ، واما شيباديوت فتجد فيها المنتجات الجلدية المختلفة مثل الاحذية والحقائب وغيرها بأسعار رخيصة في متناول كل الطبقات الاجتماعية .

وبالمقارنة مع جاكرتا فإن سورابايا تعرض البضائع المستوردة والمحلية الجيدة بتخفيض الأسعار حتى ٥٠% في المركز التجاري تونجوغان بلازا سورابايا.

الاستجمام والترويح في إندونيسيا

مثل حديقة دسني لاند ، فإن معظم حدائق الاستجمام والترفيه في جاكرتا مثل دنيا فانتاسي (العالم الخيالي) وحديقة ملاعب الأطفال في مركز بودي انداه التجاري وليبو فايروركز ، فإنها مبنية على أسس التكنولوجيا المتطورة والنظرة البعيدة نحو المستقبل ، فهنا أصبحت الخيالات والأحلام حقيقة واصبحت عالما مليئا بالعجائب ، ففي جميع أنحائها وزواياها يمكن أن تظهر فيها الأشياء العجيبة فجأة ، ويمكن للزائر أن يصب جميع مشاعره والاستمتاع بالوقت والسرور والترويح عن

النفس البشرية والتجول في العالم المعاصر والماضي والمستقبل .

وتجد في حوض أنتشول للسباحة وهي اجمل الحدائق المائية في جاكرتا ولن تجد مثيلها في أي مكان آخر داخل "أتجاملان" أو خارجها ، وفيها معروضات العجائب من الحيوانات البحرية في متاحف البحوث البحرية حيث الأنواع المختلفة من الأسماك في متحف الكائنات البحرية وهناك مزرعة لانماء الرخويات وسمك القرش والأنواع الأخرى مع إمكانية التمتع بالغوص في المياه لرؤية عجائب المخلوقات وغريبها .

الفنادق والمطاعم في إندونيسيا

فإن إندونيسيا لا ينقصها شئ من الفنادق على المستوى العالمي ، فهناك أنواع متعددة من الفنادق بداية من الفنادق الممتازة من درجة خمس نجوم حتى الفنادق البسيطة الرخيصة (نجمتان) وذلك طبقا لطبيعة مواقعها وامكانية ميزانية الزائر ، فمن يريد الفنادق الممتازة باللوازم الكاملة فهناك ليبو سوديرمان جراند سويتز فهو أحد الفنادق المرغوبة للسائحين من أنحاء العالم لانه مزود بالمطعم الجميل والفريد من نوعه ، وفي وسط المركز التجاري الدولي في جاكرتا يمكن للزائر أن يتمتع بالهدوء والجمال حيث يجد فيه الراحة والاستجمام .

الفنادق في جاكرتا بعيدة عن ضوضاء المدينة وعلى العكس من ذلك فإن الفنادق ليبو كاراواتشي ، وفندق بوتري دويونج ، وجراند حيات وهليتون جاكرتا تزيد من جمال مدينة جاكرتا باللمسات الجميلة .

والأطعمة الإندونيسية متنوعة تنوعا كثيرا كتنوع قبائلها المنتشرة في ١٧٠٠٠ جزيرة ، فلا غرو إذا كانت لكل جزيرة منها أطعمة خاصة بها وبذلك أصبحت الأطعمة الإندونيسية اكثر تنوعا وذوقا في العالم ، وكل طعام يأتي بلذة ، والأذواق عديدة ، الحر والحلو والحمض ، وطريقة الطهي مختلفة أيضا ، فمن الأطعمة ما هو المقلي والمشوي والمحمر والمغلي وغيرها ، وكل هذه الطرق مستعملة في تلك الجزر ، والأطعمة كلها موجودة في أتجاملان .

وجميع المطاعم في أتجاملان تتنوع بتنوع ما تقدمه المجتمعات الإندونيسية نفسها ، وهناك مطعم هونج بن لو وهو المطعم الخاص بالأطعمة الصينية الحلال حسب قواعد الشريعة للمسلمين ... وهذا دليل على الاهتمام بتنوع قائمة الطعام في المطاعم الإندونيسية.

بعض المدن في إندونيسيا

جاكرتا

مدخل إندونيسيا الرئيسي ، ومنذ ٢٠٠ سنة كانت هذه المدينة الحيوية ميناء متواضعا ، وتسببت تجارة البهارات والمصنوعات اليدوية الرائعة في شهرة أتجاملان وانفتاحها على العالم ، واصبحت جاكرتا الآن مدينة متقدمة حيث يقطن بها ٢٠ مليون نسمة وبها مئات الالوف من المتاجر والدكاكين والعديد من المطاعم والمعرض والمراكز التجارية ، ويتعانق الشقان الروحي والمادي في هذه المدينة النشطة الراقية بمساجدها العتيقة وجمالها الفاتن ، ومعالمها السياحية والتاريخية الكثيرة ، احرص على زيارة (سوق الطيور) و(بساتين الاورنتشارد) ومنتزه (نماذج إندونيسيا) تستغرق الرحلة إلى جاكرتا من باندونج ثلاث ساعات تقريبا بالقطار وهي رحلة جميلة ممتعة تشق المنطقة الجبلية .

وجاكرتا العاصمة الإندونيسية من المدن العالمية ، يختلط فيها الجديد بالقديم ، العصري بالتقليدي ، فهناك المتاحف والمباني التي تمثل كل الطرز المعمارية ، وهناك الأسواق التقليدية والمحلات التي تبيع التحف والمحلات التجارية الحديثة والمطاعم وقاعات الرقص ، والزيارة إلى أي حديقة من حدائق إندونيسيا الجميلة المصغرة تزود الزائر بالمعلومات الهامة الجذابة عن تعدد المجتمعات الإندونيسية وحضارتها وتقاليدها وعادتها التي تشكل أتجاملان الحديثة .

وعندما يقوم الضيف الزائر بالتجول في منطقة ميناء سوندا كلابا الذي كان مشهورا في عهد تجارة التوابل فانه يذكر الرائي بالعصور الماضية وهذا الميناء واقع في الشاطئ الشمالي لمدينة جاكرتا حيث يلتقي نهر شيليونج بالبحر ، وهذا المكان مناسب جدا لاطلاق الخيال والأحلام عندما يشاهد الزائر المناظر

الجميلة من إحدى السفن الشراعية التابعة لاسطول السفن الشراعية السياحية .

بونشاك / الجبل

وهي جزء من المنطقة البركانية الواقعة في جنوب مدينة بوغور ، وهي مدينة ذات جو منعش ومناظر من الغابة الاستوائية ومزارع الشاي ، ويستطيع الزائر أن يتجول في حديقة الحيوانات ، وفي الرحلة إلى بونشاك / الجبل الواقع في جنوب جاكرتا في مساحة ٦٠كم يمكن المرور بمدينة بوغور وهي مدينة قديمة منذ القرن الثامن عشر حيث كانت منطقة زراعية ، وإذا واصل الزائر رحلته نحو الجنوب من بونشاك فانه سيصل إلى منطقة شيبوداس وجزء من حديقة بوغور الكبرى ورشيباناس ، وهناك عين المياه الساخنة ، وقصر شيباناس ، وحديقة الزهور العالمية الأولى في أتجاملان .

باندونج

يلاحظ الزائر لهذه المدينة الشوارع الواسعة والاشجار الوارقة والمباني القديمة وعدد من الحدائق المتنوعة مما يجعل مدينة باندونج – معروفة بمدينة الزهور – مكانا مناسبا للزائر للتجول فيها ماشيا على الاقدام ، وهذه المدينة مشهورة بالتسوق وخاصة لسكان جاكرتا ، حيث يزورون غرب باندونج العاصمة للتسوق فيها ، وفي الجزء الشمالي من المدينة معهد ويندون العالي للتكنولوجيا وهو اقدم المعاهد التكنولوجية واعظمها واكثرها رقيا في أتجاملان ، ولاجل التمتع بالمناظر الجميلة على الزائر أن يذهب إلى دكان شاي / مقهى داجو ، حيث يتذوق الأطعمة الإندونيسية اللذيذة وأطعمة جاوا الغربية بوجه خاص والجلوس في الأكشاك التقليدية (القهاوي) ، وفي استطاعة الزائر مشاهدة المناظر الجميلة عند غروب الشمس من أي مكان يجلس فيه .

سورأبايا

وهذه المدينة عاصمة محافظة جاوا الشرقية ، وهي مكان ممتع للتجول ويمكن للزائر أن يتمشى في طرقها الضيقة وسط المساكن الصينية والعربية ،

وسور ابايا من المدن الكبيرة بعد جاكرتا ، وتحافظ على شخصيتها الجاوية التقليدية ، وينصح العارفون بهذه المدينة الزائر بالتجول في كاليماس الميناء القديم لمدينة سور ابايا ، لمشاهدة القوارب الفينيسية المختلفة الألوان التي تتجول في سواحل الجزر الإندونيسية من عدة قرون ماضية ، والأماكن الجذابة الأخرى في سور ابايا الجديرة بالمشاهدة هي حديقة حيواناتها الكاملة ، ومتحف امبو تانتولار ،.وعدد من المحلات التجارية ، حيث يستطيع الزائر السائح أن يجد فيها الأزياء الجميلة والمنسوجات المزخرفة بالرسومات والخزفيات البديعة الصنع بالوانها الرائعة.

جزربالي

تعني كل شئ جميل وغريب لان بالي تمثل جزيرة جميلة بشواطئها المحيطة بأشجار الترجيل والوديان المحاطة بالأحجار المرجانية والجبال البركانية ، وسكان جزيرة بالي مؤدبون يستقبلون الزوار بكرم وبشاشة الضيافة ولهم التقاليد الكثيرة المرتبطة بممارسة الفنون مثل الموسيقى والرقص والرسم والنحت ، وفن البناء والتمثيليات والأشعار الرائعة . وبالرغم من أن جزيرة بالي معروفة لدى الطبقات العليا والشخصيات المشهورة فما زالت لها مفاجئات كثيرة ، فلا يزال الزائر يستطيع أن يقضي إجازته وراحته للتمتع بالمناظر الجميلة في شاطئ سانور أو بالتجول في هضبة ماني والمرور بقرية أوبودوماس (ويستطيع أن يشتري منتجات الصناعة اليدوية والتقليدية في بال) وهي كثيرة ومتنوعة ولها طابع فني متميز .

واما الراغبون في ممارسة الرياضة البدنية فهناك ملاعب الجولف ، والتنس والتزحلق المائي ، بينما الغواصون سيجدون الفرصة في المياه الصافية في منطقة تولامبين ، والزائر المحظوظ من تتاح له فرصة لمشاهدة الرقصات الفلكلورية التي تعرضها الفتيات الجميلات لطرد الأرواح الخبيثة ، وما ذلك إلا بعض الجوانب الممتعة التي يحصل عليها السائح في جزيرة بالي .

بنوسا تنغارا

إلى جهة الشرق من جزيرة بالي تقع سلسلة من الجزر المسماة بنوسا تنغارا وهي جزر لومبوك وسومباوا وسوميا ثم جزيرة فلوريس وتيمور ، ويجد الزائر في لومبوك الجمال الجغرافي الأصيل الجذاب الأكثر إثارة للإعجاب حيث يمكن مشاهدة المناظر الجميلة عند طلوع الشمس في حديقة بودي كايورا وعندما تتفتح زهور ترتي بالإضافة إلى مشاهدة شلالات سندنقلي .

سومطرا

وهي خامسة اكبر الجزر في العالم من حيث الحجم ، وتعيش فيها الممالك النباتية والحيوانية المتنوعة المختلفة ، فالمدن العامرة في هذه الجزيرة متصلة بالغابات الكثيفة والتقدم التكنولوجي متضامن مع الحياة البدائية .

في سومطرا يمكن متابعة خطوات المكتشف ماركوبولو الذي كان يمر بمنطقة اشيه الملقبة بـ سرامبي مكة (ساحة مكة) الواقعة في طرف شمال غرب الجزيرة في الطريق من الصين إلى إيران ، وهذا اللقب يعكس مدى امتداد الحضارة الإسلامية والدين الإسلامي الذي دخل إليها في القرن الثالث عشر الميلادي ويمكن للزائر أن يغامر بالقارب عبر نهر آلاس في هضبة كازو المحيطة بالغابات الكثيفة وان يتجول في الحديقة الوطنية في جبل لوسير ليشاهد عن قرب كيف تعيش الحيوانات الأليفة والوحشية هناك .

كاليمانتان

إحدى الجزر الإندونيسية واكثرها غموضا في العالم ، سميت هذه الجزيرة من قبل بـ برونيو ، تجد في هذه الجزيرة المكان الوحيد في العالم الذي يعيش فيه سمك الدرفيل في المياه العذبة في نهر ماهاكام ، كما تجد فيها أنواعا مختلفة من القرود الكبيرة والصغيرة بما فيه النوع النادر المسمى بـ البروبوسكيس ، توجد هناك التحف القديمة لقبيلة داياك مثل الحصير المنسوج يدويا بدقة بالغة ، وتجدها في الأسواق ، والأشغال اليدوية الأخرى الجميلة لنفس القبيلة ، والأشياء الأخرى

الجذابة من هذه الجزيرة هي معدن الماس في شمباكا والسوق العائم في بنجرماسين والحيوانات والنباتات في حديقة كوتاي الوطنية .

سولاويسي

هي جزيرة الحكايات وقد خلق الله عز وجل جزيرة سولاويسي في شـكل زهرة (الانجريك) الاستوائية ، كل ورقة منها تمثل جزئ مـن الجزيـرة الجبليـة المحيطة بالأحجار المرجانية ، ويتكون سكان الجزيرة من المجتمعات والحضارات المختلفة بداية من قبيلة تواجا التي تعيش في المنطقة الجبلية في وسط الجزيرة حتى سكان ماندو مينا هاسا في المنطقة الشمالية ، ثم مجتمعـات البـوقيس / البـوغيس والمكاسار في سولاويسي الجنوبية التي تمثل جزءا من الأسطورة .

مـالـوكـو

تقع جزيرة مالوكو في وسط الدائرة البركانية ، وتمثـل منطقـة سـياحية جذابة لمن يبحث عن الأشياء الفريدة ، والجزر الرئيسية هي امبون وجزر ترنـاتي وجزر بندا .

ولا ينس الزائر زيارة حديقة بندا البحرية في برنامج رحلته وإذا رغب في الحصول على الهدايا التذكارية الخزفية دقيقة الصنع وبألوانهـا الطبيعيـة الجميلـة فعليه زيارة جزيرة تباندا القريبة من ايريان جايا وكلها مصنوعة يدويا في أشـكال رائعة .

كما لا ينس الضيف زيارة المعالم الحيـاة البدائيـة فـي ايريـان جايـا وعاصمتها والتي تقع في أقصى الشرق ، واما جزيرة سنتاني فلها مناظر خرافية ، وفي مدينة بياك يستطيع الزائر مشاهدة الشبان يغوصون في البحر بحثا على اللآلئ ، وتقع مدينة وامينا في وادي باليم وهي مكان مناسب لمن يحب المغامرة ، ويسكن الوادي قبيلة داني المعروفة بلباسها شبه العاري "كوتيكا" ، وأما الهديـة التذكاريـة الجديرة بشرائها فهي الأشغال النحتية التي تصنعها قبيلة (اسميت) التي تعيش فـي المنطقة الشاطئية المنعزلة في جنوب شرق الجزيرة .

هكذا تعتبر وظيفة التسويق من أهم الوظائف في المشروعات السياحية ، فقدرة أي مشروع سياحي على تقديم الخدمات تكون محدودة ما لم يصاحبها جهد تسويقي ناجح يساعد على تحقيق اكبر قدر من المبيعات لهذه الخدمات وبالتالي زيادة الربحية والدخل .

ولقد زاد في الآونة الأخيرة الاهتمام بدراسة وتطبيق المبادئ والمفاهيم التسويقية في معظم المشروعات نتيجة للعديد من العوامل منها زيادة حجم المنتج السياحي وزيادة المنافسة بين الشركات السياحية واتساع الأسواق وبعد المسافة بين المنتج والمستهلك وغير ذلك من العوامل التي حولت الأنظار للنشاط التسويقي من كونه الأداة لإتاحة المنتج في الأسواق المختلفة وحث السائح على الشراء لإشباع احتياجاته عن طريق دراسة سلوكه ودوافعه للشراء .

وينعكس الاهتمام المتزايد بالنشاط التسويقي في العديد من المجالات والتي يمكن رد بعضها كما يلي :

١. اتساع نطاق تطبيق المفاهيم والأسس التسويقية ليشمل المنظمات السياحية.

٢. بدأت الشركات والمنظمات السياحية تبحث مدى إمكانية تطبيق هذا النشاط في مجال عملها حتى تحقق أهدافها سواء تلك المتعلقة بتحقيق أهدافا اقتصادية واجتماعية ، وأصبح النشاط التسويقي يطبق بنجاح في مجال الخدمات السياحية.

٣. بدأ تطبيق النشاط التسويقي في كل الشركات السياحية الكبرى ، فالتسويق نشاط ضروري للدول التي تتجه إلى النظام الرأسمالي وحرية التداول والتي تسعى من خلال النشاط التسويقي إلى التطلع لمرحلة الرخاء والتقدم من خلال توفير منتج سياحي متنوع يشبع احتياجات السياح ، بالإضافة إلى محاولة استخدام ميادين التسويق الدولي في تنمية الصادرات والحصول على العملات الأجنبية التي تساعد في تحقيق توازن ميزان المدفوعات .

٤. يشهد النشاط التسويقي على المستوى الأكاديمي بالمعاهد والكليات الجامعية اهتماما متزايدا بتدريس المقررات الخاصة بالتسويق السياحي سواء المحلي أو الدولي وأصبح ترسيخ المبادئ العلمية لهذا النشاط من المتطلبات الضرورية .

٥. مصر في حاجة إلى منظمة للتسويق تعمل وفقا للاتجاه التسويقي لا طبقا للاتجاه الإنتاجي وان يصبح الاتجاه التسويقي فلسفة شاملة للإدارة تكون وظيفته النقاط التالي :

- تشخيص واختيار الأسواق السياحية ذات الأولوية وإقامة نظام اتصال وثيق مع هذه الأسواق .
- تحسين جودة المنتج السياحي لكي يلائم الطلب الذي تصل إليه البحوث والتنبؤ العلمي .
- تقييم وقياس النتائج المتحققة لملائمة مكونات العرض السياحي بالطلب المتوقع .
- أن تصبح منظمة التسويق خلية حية تتكامل فيها مكوناتها وتتداخل عناصرها لتحقيق الأهداف .
- أن تكون أهداف منظمة التسويق محددة تحديدا واضحا كما وكيفا .

وهذه العناصر تتطلب تدريب العاملين على التفكير العلمي الجديد والطرق والممارسات التي يقتضيها التنظيم الجديد .

والحقيقة أن السياحة العالمية بلغت درجات من التقدم مما يوحي بآفاق أوسع وأرحب وليس من الصعب التكهن أو التنبؤ العلمي أن السياحي ينتظرها مستقبل مشرق لأسباب كثيرة منها انتشار التعليم وارتفاع المستوى الثقافي ، والتطور التكنولوجي الهائل في مجال المعلومات والاتصال والنقل وزيادة قدرة شركات السياحة في تنظيم الرحلات والزيادة الرهيبة في ملكية وسائل المواصلات لاسيما السيارات وارتفاع مستوى الوعي والثقافة السياحية وزيادة أوقات الفراغ .. بهذا كله يمكن التنبؤ علميا ومنطقيا بان صناعة السياحة ستظل قاطرة التنمية بالنسبة لمصر كما هي بالنسبة للعديد من الدول الكبرى .

المراجع

المـــراجـــع

١. أحمد مدحت حسن : التشريعات السياحية وعقد الإقامة بالفندق ، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب .

٢. أحمد مصطفى : سياحة محلية ودولية ، دار السلام للطباعة .

٣. أحمد مصطفى خاطر : التنمية الاجتماعية – الأطر النظرية ونموذج المشاركة ، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية .

٤. اشرف سمير الميداني : السياحة الرياضية في مصر ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .

٥. اشرف سمير الميداني : تقويم إمكانات السياحة الرياضية في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية جامعة الإسكندرية ١٩٩٨.

٦. اشرف سمير الميداني : رسالة دكتوراه غير منشورة عن تخطيط منهج لإعداد متخصص في السياحة الرياضية ، كلية التربية الرياضية ٢٠٠٤ .

٧. الإمام الشافعي : ديوان الإمام الشافعي مع مختارات من روائع حكمه ، تدقيق وتعليق صالح الشاعر ، مكتبة الآداب ، القاهرة ٢٠٠٦ .

٨. السيد الحسيني : التنمية والتخلف – دراسة تاريخية بنائية ، دار المعارف .

٩. السيد عبد الحليم الزيات : التنمية السياسية – جزء ١ – دراسة في الاجتماع السياسي – الأبعاد المعرفية والمنهجية ، دار المعرفة الجامعية .

١٠. السيد عبد الحليم الزيات : التنمية السياسية – دراسة في الاجتماع السياسي – الجزء الثالث ، دار المعرفة الجامعية .

١١. السيد عبد الحليم الزيات : التنمية السياسية جزء ٢ – دراسة في الاجتماع السياسي البنية والأهداف ، دار المعرفة الجامعية .

١٢. إيهاب جزارين : السياحة علم وفن ، دار السلام للطباعة – الإسكندرية .

١٣. توفيق الطويل : أسس الفلسفة ، دار النهضة العربية .

١٤. جميل أحمد توفيق : إدارة الأعمال ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر .

١٥. حازم أبو شليب – عبد الفتاح غنيمة : دراسات في التسويق السياحي جزء ١ ، مطابع جامعة المنوفية .

١٦. حازم أبو شليب – عبد الفتاح غنيمة – هالة حسن : إدارة المؤتمرات والحفلات والمهرجانات ، مطابع جامعة المنوفية .

١٧. حسن الشيخ – محمد عبد الفتاح : الإرشاد السياحي بين النظرية والتطبيق ، دار المعرفة الجامعية .

١٨. حسن رجب : النهضة السياحية ومستقبلها ، الدار القومية للطباعة والنشر .

١٩. حسين رمزي كاظم : الإدارة والمجتمع المصري ، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب .

٢٠. خميس الزوكة : صناعة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية .

٢١. دلال عبد الهادي : اقتصاديات النقل السياحي ، الفتح للطباعة والنشر .

٢٢. دلال عبد الهادي : اقتصاديات صناعة السياحة ، الفتح للطباعة والنشر .

٢٣. دلال عبد الهادي : السياحة والبيئة ، الفتح للطباعة والنشر .

٢٤. دلال عبد الهادي : دراسات في أساسيات السياحة ، الفتح للطباعة والنشر .

٢٥. روجير فالك – ترجمة السيد وفائي : مهنة الإدارة هل هي فن أو مهنة ، دار الكاتب العربي للطباعة والنشر .

٢٦. سامي جمال الدين : أحكام التشريعات السياحية والفندقية ، منشأة المعارف بالإسكندرية .

٢٧. سعاد عمران : نظرية السياحة والأنماط السياحية الدولية ، كلية السياحة –

جامعة قناة السويس .

٢٨. سيد موسى : كتابات سياحية جزء ١ ، دار الهاني للطباعة والنشر .

٢٩. سيد موسى : كتابات سياحية جزء ٢ ، دار الهاني للطباعة والنشر .

٣٠. شيرين عادل حسن : تحليل اثر السياحة على التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، قسم الاقتصاد ، جامعة الإسكندرية .

٣١. صلاح الدين عبد الوهاب : السياسة القومية للتسويق السياحي ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .

٣٢. صلاح الدين عبد الوهاب : تخطيط الموارد السياحية ، مطابع دار الشعب – القاهرة.

٣٣. صلاح الدين عبد الوهاب : نظرية السياحة الدولية ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف.

٣٤. عاصم عبد الجبار سعد : التشريعات الفندقية والسياحية والمنظمات السياحية الدولية ، دار السلام للطباعة .

٣٥. عبد الحليم نور الدين : آثار وحضارة مصر القديمة ، الخليج العربي للطباعة والنشر.

٣٦. عبد الحليم نور الدين : مواقع الآثار اليونانية الرومانية في مصر ، الخليج العربي للطباعة والنشر .

٣٧. عبد الحليم نور الدين : مواقع ومتاحف الآثار المصرية ، الخليج العربي للطباعة والنشر .

٣٨. عبد الرحمن بن خلدون: المقدمة تحقيق حامد أحمد الطاهر ، دار الفجر للتراث.

٣٩. عبد الرحمن سليم : التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال العمل السياحي ، وزارة السياحة .

٤٠. عبد السلام أبو قحف : أساسيات الإدارة ، الناشر قسم إدارة الأعمال – كلية التجارة – جامعة الإسكندرية .

٤١. عبد الفتاح غنيمة – حازم أبو شليب – هالة حسن : الوجيز في علم السياحة والضيافة ، مطابع جامعة المنوفية .

٤٢. عبد الفتاح غنيمة – حازم أبو شليب : إدارة الشركات والمكاتب السياحية ، مطابع جامعة المنوفية .

٤٣. عبد الفتاح غنيمة – حازم أبو شليب : تنمية المبيعات السياحية ، مطابع جامعة المنوفية .

٤٤. عبد الفتاح غنيمة – حسين الشيخ – حازم أبو شليب : الإسكندرية روعة وعطاء ، محافظة الإسكندرية – الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة .

٤٥. عبد الفتاح غنيمة : الآثار البيئية للتدفق السياحي في مصر ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .

٤٦. عبد الفتاح غنيمة : السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .

٤٧. عبد الفتاح غنيمة : السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .

٤٨. عبد الفتاح غنيمة : المتاحف والمعارض والقصور ، مطابع جامعة المنوفية .

٤٩. عبد الفتاح غنيمة : أهمية تذوق الفن والجمال لتنمية المجتمع الإنساني ، مطابع الولاء الحديثة – شبين الكوم .

٥٠. عبد الفتاح غنيمة : دراسات حول تلوث البيئة في الوطن العربي ، مطابع جامعة المنوفية .

٥١. عبد الفتاح غنيمة : موضوعات وقضايا التخطـيط الـسياحي لأقـاليم مـصر المعاصرة ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .

٥٢. عبد الفتاح غنيمة : نشأة وتطور الإعلام السياحي ، مطابع جامعة المنوفية .

٥٣. عبير أحمد عطية : الجغرافيا السياحية ، مكتبة فاروس .

٥٤. عزت زكي حامد قادوس : آثار الإسكندرية القديمة ، الحضري للطباعة .

٥٥. عصمت عدلي : علم الاجتماع الأمنـي – الأمـن والمجتمـع ، دار المعرفـة الجامعية بالإسكندرية .

٥٦. غادة عبد الله فتح الله : النقل والسياحة ، كلية السياحة والفنادق – جامعة قنـاة السويس.

٥٧. فؤاد عبد الرحيم – يسري عازر – عبد الفتاح غنيمة : أسـس علـم البيئـة ، المعهد العالي للسياحة والفنادق – أبي قير – الإسكندرية .

٥٨. محمد خميس الزوكة : الجغرافيـا الاقتـصادية ، دار المعرفـة الجامعيـة – إسكندرية .

٥٩. محمد دويدار : مبادئ الاقتصاد السياسي ، الفتح للطباعة والنشر .

٦٠. محمد صبحي عبد الحكيم – حمدي أحمد الديب : جغرافية الـسياحة : مكتبـة الانجلو المصرية .

٦١. محمد على محمد – السيد محمد الحسيني – علياء شكري – محمد الجوهري : دراسات في التغير الاجتماعي ، دار الكتب الجامعية – إسكندرية .

٦٢. محمد على محمد : الوعي الثقافي والتنمية مـن الـداخل ، مطبعـة جامعـة الإسكندرية.

٦٣. محمد محمد خليل : شرح التشريعات السياحية والفندقيـة ، الهيئـة المـصرية العامة للكتاب .

٦٤. محمد مختار الجوهري : دور تكنولوجيا الغوص في تطوير وتنمية إكتشافات الآثار الغارقة في البيئة البحرية لمدينة الإسكندرية ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، رسالة ماجستير غير منشورة ٢٠٠٢ .

٦٥. محمد ياسر فتحي أبو الفتوح : مقومات تطوير التنمية السياحية وأثارها الاقتصادية مع دراسة تطبيقية على القرى السياحية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الحقوق ، جامعة المنوفية ، قسم الاقتصاد والمالية العامة ٢٠٠٤.

٦٦. محمد يسري دعبس : التربية السياحية والتنمية الشاملة ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .

٦٧. محمد يسري عيسى : الاتصال والسلوك الإنساني ، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع.

٦٨. محمود حلمي عوض : الموانى المصرية ، وزارة النقل البحري .

٦٩. محمود كامل : السياحة الحديثة – علما وتطبيقا ، الهيئة المصرية العامة للكتاب .

٧٠. مخلد صالح الفراج : السياحة في المملكة العربية السعودية في عصر العولمة ، مطابع الشروق – الرياض .

٧١. مصطفى زيتون : الإحصاء السياحي ، الدار القومية للطباعة والنشر .

٧٢. مصطفى زيتون : دراسات في الإحصاء السياحي ، الدار القومية للطباعة والنشر .

٧٣. منى عمر بركات : صناعة الضيافة بين الحاضر والماضي ، ملتقى الفكر – الإسكندرية .

٧٤. منير فتح الله : الدليل للعمل السياحي جزء ١ ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف.

٧٥. منير فتح الله : الدليل للعمل السياحي جزء ٢ ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف.

٧٦. نبيل الروبي : اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية .

٧٧. هالة عبد الرحمن الرفاعي : التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة ، حقوق الطبع والنشر محفوظة للملتقي المصري للإبداع والتنمية .

٧٨. هدى سيد لطيف : الأجهزة والمنظمات السياحية ، هبة النيل العربية للنشر والتوزيع.

المجلات ..

١. أبحاث مؤتمر الإسكندرية مدينة الحضارات – الأبعاد التاريخية والثقافية والأثرية والسياحية والبيئية ،' الجزء الأول – الجزء الثاني ٢٠٠٣.

٢. أبحاث مجلة كلية السياحة والفنادق ، جامعة الإسكندرية ، المؤتمر الدولي الخامس عن دور الوعي السياحي في تحسين الصورة السياحية لمصر على خريطة السياحة الدولية – مجلة فصلية علمية محكمة ٢٠٠٦.

٣. السياحة من خلال الصحف والمجلات أعداد مختلفة ، الإدارة المركزية للعلاقات السياحية ، بوزارة السياحة .

٤. دوريات الأهرام – المصري اليوم – الدستور ، أعداد مختلفة .

محتويات الكتاب

محتويات الكتاب

الموضـــــوع	صفحة

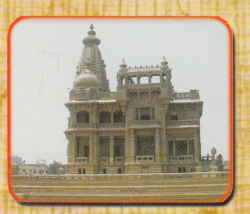
الموضوع	صفحة

مطابع جامعة المنوفية

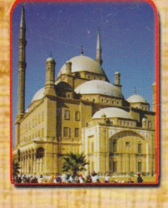
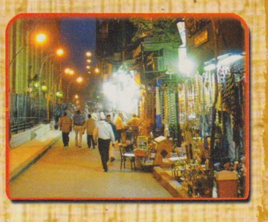
رقم الايداع بدار الكتب والوثائق القومية ٢٠١٠/٧٥١٢
الدولي 977-17-8668-7

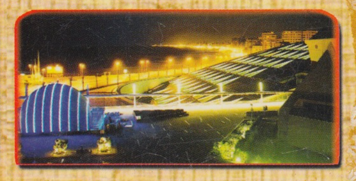






مطابع جامعة المنوفية